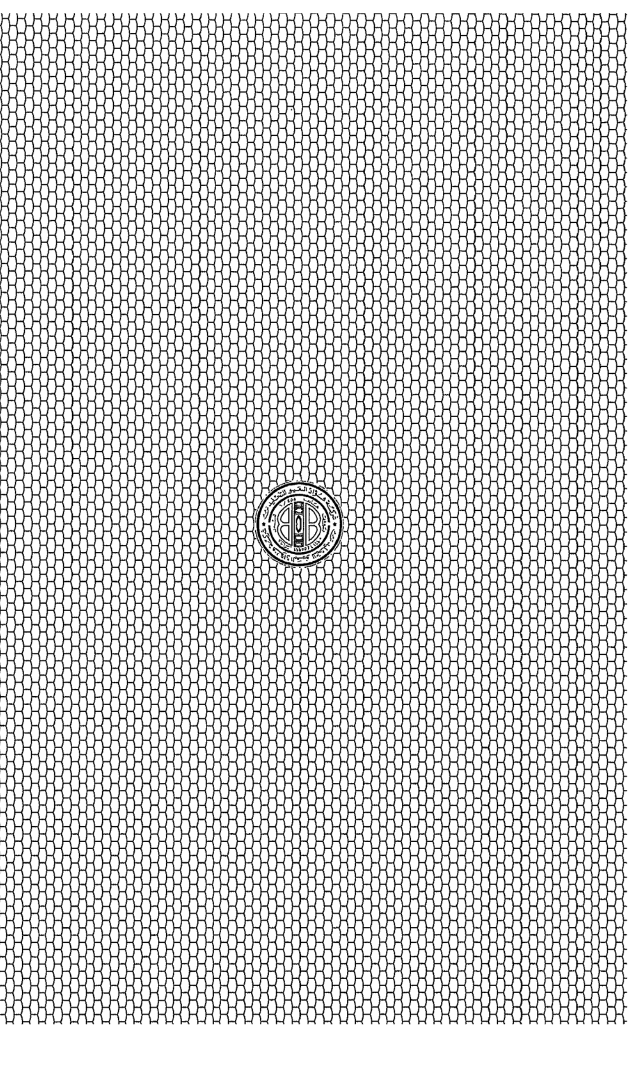
التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية

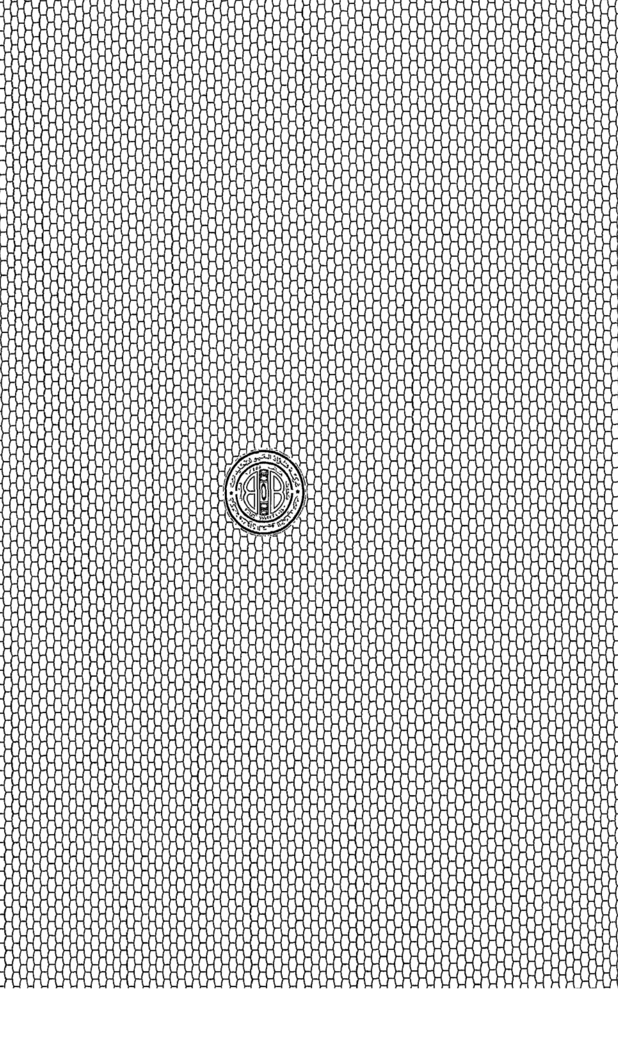
دراسة تحليلية تأصيلية
مزودة ومدعمة بالاجتهادات القضائية

المحامي الدكتور
عامر محمود الكسواني
أستاذ القانون المدني المساعد
كلية الحقوق - جامعة عمان الأهلية











التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية

دراسة تحليلية تأصيلية

مزودة ومدعمة بالاجتهادات القضائية

346 ,048

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية: (2009/5/1741)

المؤلف: عامر محمود الكسواني

الكتاب: التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية

الواصفات: العلامات التجارية - الأسماء التجارية - التزوير

لا يعبر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أو الناشر

ISBN:978-9957-16-369-3

الطبعة الأولى 2010م - 1431هـ

الطبعة الثانية 2014م - 1435هـ



أسسها خالد محمود جابر حيف عام 1984 عمان - الأردن

Est. Khaled M. Jaber Haif 1984 Amman - Jordan

المركز الرئيسي

عمان - وسط البلد - قرب الجامع الحسيني - سوق البتراء - عمارة الحجيري - رقم 3 د

هاتف: 4646361 6 (962 +) فاكس: 4610291 6 (962 +) ص.ب 1532 عمان 11118 الأردن

فرع الجامعة

عمان - شارع الملكة رانيا العبد الله (الجامعة سابقاً) - مقابل بوابة العلوم - مجمع عربيات التجاري - رقم 261

هاتف: 5341929 6 (962 +) فاكس: 5344929 6 (962 +) ص.ب 20412 عمان 11118 الأردن

Website: www.daralthaqafa.com e-mail: info@daralthaqafa.com

Main Center

Amman - Downtown - Near Hussayni Mosque - Petra Market - Hujairi Building - No. 3 d

Tel.: (+962) 6 4646361 - Fax: (+962) 6 4610291 - P.O.Box: 1532 Amman 11118 Jordan

University Branch

Amman - Queen Rania Al-Abdallah str. - Front Science College gate - Arabiyat Complex - No. 261

Tel.: (+962) 6 5341929 - Fax: (+962) 6 5344929 - P.O.Box: 20412 Amman 11118 Jordan

Dar Al-Thaqafa For Publishing & Distributing



التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية

دراسة تحليلية تأصيلية
مزودة ومدعمة بالاجتهادات القضائية

المحامي الدكتور
عامر محمود الكسواني
أستاذ القانون المدني المساعد
كلية الحقوق - جامعة عمان الأهلية



1435هـ-2014م



قَالَ تَعَالَىٰ:



سورة النحل آية 16

الإهداء

إلى روح أستاذي ومعلمي

الذي لم يمهله المرض طويلاً ليرى ويطالع صفحات هذا الكتاب

المغفور له بإذن الله والدي الحبيب

أقدم هذا الجهد مع الدعاء له

بأن يتغمده الله بواسع رحمته ويسكنه فسيح جناته

اللهم آمين

الفهرس

الباب الثاني

جريمة تزوير العلامة التجارية بصورتها المعلوماتية

تقديم

سبحان الذي قال في محكم تنزيله " وقل رب زدني علما"[1]، وقال أيضاً " وما أوتيت من العلم إلا قليلا"[2]، وقال أيضاً "وفوق كل ذي علم عليم"[3]، والصلاة والسلام على أفضل خلق الله سيدنا العربي الأمي الذي علم الدنيا كلها وصدق إذ قال في حديث شريف رواه الصحابي الجليل أبو هريره[4] "اطلبوا العلم من المهد إلى اللحد"، وقال أيضاً (من سئل عن علم فكتمه ألجمه الله بلجام من نار يوم القيامة)[5].

وتصديقاً للآيات الكريمة والأحاديث النبوية الشريفة المذكورة وتأكيداً على أن عملية طلب العلم هي عملية مستمرة وواجبة علينا منذ لحظة تفتح القريحة الذهنية

---

(1) الآية رقم 114 من سورة طه.

(2) الآية رقم 85 من سورة الإسراء.

(3) الآية رقم 86 من سورة يوسف.

(4) أبو هريرة(21) ق .هـ - 59هـ، 602 - 679م). عبدالرحمن بن صخر الدوسي. صحابي جليل يرجع نسبه إلى قبيلة الأزد. نشأ يتيمًا في الجاهلية. المرجح أنه أسلم على يد الطفيل بن عمرو الدوسي الذي وفد على النبي (ص) قبل الهجرة.لم يلحق أبو هريرة رضي الله عنه بالرسول (ص) مع قومه فيمن هداهم الله إلى الإسلام إلا عند الانتهاء من فتح خيبر. صحب أبا هريرة ثمانون ممن أسلموا من قبيلة دوس وصادف مجيئهم عودة المهاجرين من الحبشة، وعلى راسهم جعفر بن ابي طالب رضي الله عنه .وخصهم النبي (ص) بشيء من غنائم خيبر.لزم رضي الله عنه الرسول (ص) وأصبح عريف أهل الصفة في مسجد النبي(ص) حرص على التقاط كل ما يتحدث به رسول الله (ص)، وكان يخشى النسيان وجاء النبي (ص) وقال له: يا رسول الله أسمع منك أشياء فلا أحفظها، فقال (ص) ابسط رداءك، فبسطه، فحدثه احاديث كثيرة فما نسي منها شيئاً.كان تقياً ورعاً يتهجد طوال الليل خاشعاً متبتلاً. عرف قدره الخلفاءُ فجعله عمر بن الخطاب رضي الله عنه عاملاً على البحرين، وحاول الخليفة علي رضي الله عنه ان يستعمله فأبى، ثم ولاه الخليفة معاوية رضي الله عنه المدينة. وقد أثر عن الإمام الشافعي أنه كان يقول :أبو هريرة أحفظ من روى الحديث في عصره.كان اكثر مقام ابي هريرة رضي الله عنه في المدينة .وتوفي في العقيق. وأثر عنه 5,374 حديثاً مرويًا عن رسول الله(ص).

(5) حديث شريف رواه أبو هريرة وورد في سنن أبو داود الذي يقول في الحكم على هذا الحديث والذي سبقه الواردين في كتاب طلب العلم وكتاب كراهية منع العلم بشكل عام، فذكر الإمام ان الأحاديث التي في كتابه هي أصح ما عرف في الباب وقال ما كان في كتابي من حديث فيه وهن شديد فقد بينته وما لم أذكر فيه شيئا فهو صالح.

والشعور بالاستيعاب والفهم وحتى خروج آخر نفس من انفاس حياة الإنسان، "فهي ليست مسابقة لها خط بداية وخط نهاية بل هي رحلة مستمرة نحو كل ما هو جديد" ولهذا يمكننا الجزم بأنه لا يوجد شخص من بيننا مهما بلغت درجته العلمية أو العملية أن يدعي بأنه قد وصل إلى نهاية المطاف العلمي حتى ولو كان من المتخصصين في مجال أو قطاع معين من القطاعات العلمية أو الدراسات الفقهية سواء العملية منها أو النظرية.

ومن هذا المنطلق تأتي هذه الدراسة كتطبيق فعلي وعملي لسلامة وصحة وصدق ما تقدم، حيث كنت اعتقد بأنني أوسعت أهم موضوعات الملكية الفكرية وهو العلامات التجارية بحثاً ودراسة وتمحيصاً بحيث لم يعد موضوعها يثير قلمي أو يجذب انتباهي، خصوصاً وانه كان لي شرف تقديم أول مؤلف لي تحت عنوان الملكية الفكرية ماهيتها ومفرداتها وطرق حمايتها الذي تناول فيما تناوله العلامات التجارية ـ كما كنت أعتقد ـ بشئ من الإسهاب والإطناب، وهو الأمر الذي جعلني اتوجه بالبحث والدراسة شطر موضوعات قانونية أخرى.

وعلى الرغم مما تقدم إلا أن موضوع العلامات التجارية استطاع بما له من أهمية بالغة وقدرة على جذب أقلام الباحثين والدارسين أن يفرض نفسه علي مرة أخرى، بسبب استمرار ظاهرة التعدي على العلامات التجارية وظهور طرق وأشكال جديدة لهذا التعدي والمتمثلة في تزوير وتقليد العلامات التجارية عبر الحاسوب سواء من خلال تنزيلها وتحميلها على أقراص مدمجة تمهيداً لطبعها واستغلالها استغلال غير مشروع أو من خلال تزويرها وتقليدها عبر شبكة الانترنت، حيث أصبحت جرائم العلامات التجارية واحدة من موضوعات الجرائم الحديثة والتي أصطلح على تسميتها بالجرائم المعلوماتية.

وعلاوة على ما تقدم، لقد حملت لي حياتي العملية العديد من الاستفسارات وعرضت علي العديد من الاستشارات المتعلقة بموضوع العلامات التجارية وخصوصاً صور وأساليب التعدي عليها.

هذا وذاك جعلاني استذكر على الفور قول الأصفهاني[1] ذات مرة " أني رأيت أنه لا يكتب أحد كتاباً في يومه إلا قال في غده لو غير هذا لكان أحسن ولو زيد هذا لكان يستحسن ولو قدم هذا لكان أفضل ولو ترك هذا لكان أجمل وهذا ـ بالفعل ـ من أعظم العبر وهو دليل على استيلاء النقص على جملة البشر".

وتأسيسا على ما تقدم واستكمالاً لدراستنا السابقة للعلامات التجارية وجرائمها تأتي هذه الدراسة التي سأسلط الضوء فيها أكثر على نوع جديد من أنواع الجرائم المذكورة ألا وهي تلك التي تتعرض لها العلامات التجارية عبر جهاز الحاسوب

(1) ابوالفرج الأصفهاني(356-284) هـ، 897 ـ966م (ابو الفرج علي بن الحسين بن محمد بن أحمد الأصفهاني، من أعلام الأدباء في القرن الثالث الهجري وسليل الأسرة الأموية. ولد في أصفهان ثم هجر مسقط رأسه إلى بغداد وأقام بها. وفيها تلقى علمه عن أعلام اللغة والرواية كأبي بكر بن دريد وأبي بكر بن الأنبا ري والفضل ابن الحباب الجُمحي وعلي بن سليمان الأخفش ونفطويه وأبي جعفر محمد بن جرير الطبري وأحمد بن جعفر، جحظة. وتعددت مروياته وحصيلته المعرفية، من شعر وأغان وأخبار وآثار وأحاديث مسندة ونسب ولغة ونحو وخرافات ومغاز وسير، وما يتصل بعلم الجوارح والبيطرة، والطب والنجوم والأشربة (الصيدلة)؛ ولذلك استحق أن يوصف بالعلامة النابغة الإخباري الحافظ، وتأهل للعمل كاتبًا لدى ركن الدولة، فوفّر له ذلك الحظوة عند سيف الدولة الحمداني، فالصاحب بن عباد، ثم انقطع إلى الوزير المهلبي (الحسن بن محمد المهلبي)، وزير معز الدولة البويهي، فكان أبوالفرج من خاصة ندمائه، وله فيه عدد من المدائح. اتفقت المصادر على أن أبا الفرج كان أموي النسب شيعي المذهب. متهم في روايته من وجهة نظر بعض العلماء كابن الجوزي وابن تيمية.وتعود شهرته في تاريخ الأدب العربي إلى تاليفه كتاب الأغاني .انظر :الأغاني، .فهو أضخم مؤلفاته، لكنه الف كتبًا أخرى مثل :أخبار القيان؛ أشعار الإماء والمماليك؛ أدب الغرباء من أهل الفضل والأدب؛ مقاتل الطالبيِّين؛ وأخبار الطفيليين؛ وكتاب الخمارين والخمارات؛ الفرق والمعيار بين الأوغاد والأحرار؛ أخبار جحظة البرمكي؛ مناجيب الخصيان .كما ألف عددًا من كتب النسب؛ وكتاب أيام العرب، وجمع عددًا من دواوين الشعراء ورتبها على الأنواع والأغراض، كدواوين أبي تمام وأبي نواس والبحتري، وله كتاب في النغم، ورسالة في شرح أصوات الأغاني وكتاب أدب السماع، وغيرها من المؤلفات ذات الطّابع الإخباري ومعرفة الأنساب والصلة بالمنادمة والسمر .

سواء تم ذلك خلال مرحلة التحميل والتنزيل من وعلى الحاسوب أو تم ذلك خلال عملية نشر العلامات التجارية عبر المواقع الافتراضية المحملة على شبكة الانترنت.

ومن خلال عنوان هذه الدراسة يتبين لنا مواضيعها ، حيث سنبحث في البداية في العلامات التجارية بشكل عام فنوضح ماهيتها وأهمتها والغرض منها ونشأتها التاريخية والشروط الواجب توافرها فيها حتى تكون قابلة للتسجيل والفرق بينها وبين ما قد يشببها من رسوم أو علاّمات أو أسماء أخرى.

ثم بعد ذلك نتصدى لجريمة تزوير العلامة التجارية بصورتها الحديثة المعتمدة على المعلوماتية والانترنت والحاسوب والمسماة بالجرائم المعلوماتية للعلامات التجارية ، كل ذلك من خلال قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 المعدل بالقانون رقم 34 لسنة 1999 وكذلك من خلال الواقع العملي وقضاء المحاكم في المملكة الأردنية الهاشمية.

الباب الأول
نظرة عامة على العلامة التجارية

الفصل الأول
النشأة التاريخية للعلامة التجارية

على ما يبدو أن العلامة التجارية كأداة للتمييز والتفريق، قد عرفت منذ القدم، فقد عرفها المصريون القدماء وكانوا يستخدمونها للدلالة على أقاليم مصر القديمة[1] ويرجع ذلك إلى عصر ما قبل التاريخ، حيث تدل الوثائق والحفريات الأثرية والدراسات التاريخية أن المصريون كانوا يستخدموا شعاراً خاصاً لكل مقاطعة من مقاطعات مصر القديمة حيث كان يرمز لكل مقاطعة بصورة حيوان معين أو جماد، كما استعمل المصريون القدماء أيضا لتمييز مملكة مصر العليا والتي تتشكل من مجموع مقاطعات جنوب مصر القديمة زهرة اللوتس كشعار مميز لهذه المملكة، بينما استعملوا ورقة البردى كشعار مميز للمملكة السفلى[2].

---

(1) مصر القديمة كانت مهدًا لواحدة من أولى حضارات العالم. وقامت هذه الحضارة المتقدّمة منذ نحو 5,000 سنة مضت على ضفاف وادي النيل في شمال شرقي إفريقيا. وقد عاشت هذه الحضارة لأكثر من الفي سنة، وبهذا أصبحت أطول حضارة مُعمِّرة في التاريخ. كان نهر النيل شريان الحياة لمصر القديمة، يفيض في كل سنة، وتترسّب شريحة من التربة الغنية السوداء على امتداد ضفتيه. وقد ساعدت التربة الغنية المزارعين في تنمية إمداد غذائي ضخم. وأطلق قدماء المصريين على بلدهم كيميت، وتعني الأرض السوداء تيمّنًا بتلك التربة الداكنة. وفّر النيل كذلك المياه للري، كما كان الطريق الرئيسي للنقل.مصر لهذه الأسباب مجتمعة أطلق المؤرّخ اليوناني هيرودوت على مصر هبة النيل.قدم المصريون القدماء مُساهمة بارزة في تطور الحضارة، فقد كوّنوا أوّل سلطة مركزية في العالم، وابتدعوا الأشكال الأساسية للرياضيات، إضافة لتقويم سنوي من 365 يومًا. واخترعوا شكلاً للكتابة بالصور يُسمى الهيروغليفية كما اخترعوا أيضًا ورق البردي وهو مادّة كورق الكتابة، مصنوعة من سيقان نبات البردي. وكانت ديانة المصريّين من أقدم الأديان التي أكدت على الاعتقاد بالحياة بعد الموت. وبنوا مُدنًا عظيمة عمل فيها عدد من المهندسين والمعماريين والأطباء والنحّاتين والرسامين المهرة. ومن أشهر مُنجزات المصرين القدماء الأهرامات التي بنوها مقابرً لحكامهم. وتقع أكثر الأهرامات شهرة في الجيزة. مثلت هذه الأبنية الحجرية الضخمة، قمة قدراتهم في الهندسة المعمارية، بقيت متماسكة بفعل المناخ الجاف لنحو 4,500 سنة، وهي باقية كمؤشّرات مُدهشة لتطور مصر القديمة.

(2) أنظر لمزيد من التعمق، د. عبد المجيد الحفناوي، تاريخ النظم الاجتماعية والقانونية، ص 82 وما بعدها.

وفي العصور الوسطى[1] عرفت أوروبا ـ على الرغم من أحوالها الاقتصادية والتجارية الرديئة التي كانت سائدة آنذاك[2] ـ العلامة التجارية، حيث كانت بريطانيا

---

(1) هي فترة من تاريخ أوروبا بدأت بسقوط الإمبراطورية الرومانية الغربية، واستمرت حتى القرن السادس عشر الميلادي. اختفت في تلك الفترة أقوى الحكومات التي أسسها الرومان، وحلت محلها دويلات وممالك صغيرة. وأصبحت الكنيسة الرومانية الكاثوليكية، القوة الوحيدة صاحبة أوسع نفوذ في القارة، ليس في الأمور الدينية فحسب بل في ميادين السياسة والفنون والعلم أيضًا.

(2) انهارت معظم التجارة الأوروبية، التي ازدهرت ونمت تحت ظل الإمبراطورية الرومانية، خلال السنين الأولى للقرون الوسطى لذلك اتجه الناس نحو الزراعة فأصبح اعتمادهم عليها في معيشتهم يزداد باستمرار، وفقدت مدن كثيرة أهميتها إذ هاجر سكانها إلى الريف. وبدأت الطبقة الوسطى التي كان يعمل أفرادها في الصناعة والتجارة تتلاشى تدريجيًا، وأوشك الأدب والفن أن يكونا في طي النسيان. أصبح النظام الاقتصادي الرئيسي في تلك الفترة هو نظام الإقطاع الذي يقوم على تقسيم الأرض إلى مزارع شاسعة يمتلكها الإقطاعيون الأثرياء، ولقد أطلق عليها اسم الضِّياع. كان المزارعون الذين يفلحون هذه الأراضي من جملة ممتلكات اللورد (السيد) مالك الأرض. فكان المزارعون يعتمدون اعتمادًا كليًا على اللوردات في حمايتهم وإدارة شؤونهم، فكان اللورد بمثابة الحكومة. أنشأ الفرانكيون أقوى مملكة في أوروبا في القرون الوسطى، شملت مايسمى الآن دول بلجيكا وفرنسا وهولندا والجزء الأكبر من غرب ألمانيا التي بلغت أوج قوتها في عهد شارلمان (تشارلز الأكبر) الذي امتد من عام 768 إلى عام 814 م. وقد أقام إمبراطورية امتدت مما يسمى الآن بشمال شرقي أسبانيا شمالاً حتى بحر البلطيق، وشرقًا حتى شبه الجزيرة الإيطالية. حاول شارلمان تقوية الكنيسة الرومانية الكاثوليكية وإعادة تأسيس الإمبراطورية الرومانية الغربية. وفي عام 800م توّجه البابا إمبراطورًا إلا أن امبراطوريته أخذت في التداعي بعد موته عام 814 م. في القرن العاشر الميلادي تمكن الألماني أوتو الأول من ضم أراضٍ جديدة إلى دولته كما بسط نفوذه على النصف الشمالي من شبه جزيرة إيطاليا. وفي عام 962 م توج البابا أوتو إمبراطورًا فوضع بذلك اللبنة الأولى لما عُرف فيما بعد بالإمبراطورية الرومانية المقدسة. كان أوتو يطمح أن تصبح إمبراطوريته من القوة كما كانت عليه إمبراطورية شارلمان. إلا أن الإمبراطورية أخذت في التداعي في القرن الحادي عشر الميلادي. ظلت معظم دول أوروبا تعاني من الفقر وقلة السكان طيلة الفترة الواقعة بين القرنين الخامس والعاشر الميلاديين. كما لم يكن في الإمكان استغلال المساحات الشاسعة التي تغطيها المستنقعات والغابات الكثيفة في الزراعة. ولقد أدى تفشي الأمراض وانتشار المجاعات ونشوب الحروب وانخفاض معدل المواليد إلى عدم زيادة عدد السكان، بالإضافة إلى أن معدل عمر الإنسان الأوروبي أصبح لايتعدى الثلاثين عامًا. بعد سقوط إمبراطورية الفرانكيين ظهر في معظم دول غربي أوروبا نظام سياسي عسكري عرف بالنظام الإقطاعي. في ظل هذا النظام بدأ اللوردات الذين كانوا يباشرون سلطات واسعة ويمتلكون معظم الأراضي الزراعية في منح بعض ممتلكاتهم لطبقة النبلاء الذين كانوا أقل ثراء لقاء تعهدهم بالولاء للوردات. ولقد تعهد هؤلاء النبلاء ـ الذين يقلون ثراءً وجاهًا عن اللوردات ـ الذين كان يطلق على الفرد منهم اسم المُقطِع بأن يقاتلوا بجانب اللوردات متى احتاجوا لمساعدتهم، نجح اللوردات في بداية القرن الحادي عشر الميلادي في تقديم المساعدة العسكرية التي ساعدت على إرساء قواعد الأمن والسلام لفترة من الزمن، فعاد التجار يجوبون طرق أوروبا القديمة من جديد. ودبت الحياة في الطرق التجارية حيث أقيمت عليها المدن. كما بدأ الفلاحون في تعلم وسائل أفضل للزراعة وفي العمل على زيادة الرقعة الزراعية بإزالة الغابات وتجفيف المستنقعات. أدى النمو الاقتصادي الذي شهدته أوروبا لفترة من الزمن في نهاية الأمر إلى إضعاف نظام الملكية والإقطاع. كما أدى إلى قيام الحكومات الوطنية الأوروبية العظيمة، ونمت المدن نتيجة لازدهار التجارة. فأخذ العديد من المزارعين بترك مهنة الزراعة والهجرة للمدينة بحثًا عن مهن أخرى. بينما فضل آخرون كسب لقمة العيش بالبقاء في مهنهم بزراعة الأراضي القريبة من المدن، وتسويق منتجاتهم من المواد الغذائية للأعداد المتزايدة من سكان المدن. كانت الطبقة الوسطى التي ظهرت في المدن تمثل في أغلب الأحيان سندًا قويًا للملوك ضد اللوردات الإقطاعيين. ولقد وافق سكان المدن على دفع الجزية للملوك مقابل توفير الحماية لهم ومنحهم حرية الترويج لأعمالهم التجارية. ازداد الملوك قوة على قوة حتى أصبح بمقدورهم استئجار الجيوش وغالبًا ما تمكنوا من إجبار الإقطاعيين على الخضوع لسلطانهم في مطلع القرن الرابع عشر الميلادي أدت الحروب والأمراض والمشاكل الاقتصادية إلى تمزيق أوروبا الغربية وإفساد الحياة فيها مرة ثانية، وأدى انهيار النظام الإقطاعي إلى اندلاع الحروب الأهلية عندما ثار الفلاحون ضد لوردات الإقطاع. ونشب القتال بين ملوك بريطانيا وفرنسا حول السيطرة على فرنسا خلال حرب المائة عام التي حدثت بين عامي 1337 و1453م. فأنهكت الحرب اقتصاد أوروبا وعطلت التجارة في جميع أنحائها، بالإضافة إلى ذلك ظهر الموت الأسود) الطاعون الدبلي) فقضى على ربع سكان أوروبا بين عامي 1347، 1350م. ومما زاد من المعاناة تعرض أوروبا للجفاف والفيضانات.بدأت التحولات الاقتصادية والثقافية والسياسية
=

هـي الدولـة صـاحبة قـصب الـسبق في إظهـار أول علامـة تجاريـة وكـان ذلـك عـام 1876 حيـث كانـت تـستخدم كرمـز أو علامـة مميـزة، تـستعمل للدلالـة إمـا علـى الـسلع والمـصنوعات المختلفـة حتـى تتـسنى الرقابـة علـى إنتاجهـا وتـسهل معهـا أداء الرسـوم واستيفاءها، وإما للدلالة على الطائفة التي قامت بصنعها، كالحرفيين مثلا.

ومما يدل على ما تقدم، هو استخدام العلامة التجارية ـ قديما ـ لتمييز منتجات الصناعة، فكان الصانع يوقع باسمه على منتجاته أو يضع عليها إشارة خاصة ثم بعد ذلك أصبحت العلامات التجارية تأخذ أشكالا مختلفة فظهر منها ما هو على شكل حيوان أو نبات أو رسوما خطية.

أما على الصعيد التجاري فلم تستخدم العلامة التجارية للدلالة على هذا المجال إلا في القرن الخامس عشر، وكان ذلك في إيطاليا حيث كان التاجر هناك يستخدم العلامـة التجاريـة بقـصد الـشهرة، أمـا في فرنـسا فكـان اسـتخدام علامـات الـصناعة إجبارياً في القـرون الوسـطى عنـدما كـان نظـام الطوائـف هـو النظـام الـسائد، فكانـت المنتجات تختم بختم الطائفة الصانعة لها، وإلا أعدمت.

ومـع اختفـاء نظـام الطوائـف أفل نجـم نظـام العلامـات التجاريـة الإجبارية وصـدر في فرنسا بعد ذلك بعض القوانين المتعلقة بحماية علامات المصنع بالنسبة للصناعات المهمة والمشهورة كصناعة الصابون والأسلحة، وبقي الوضع هكذا حتى عام 1857 الذي شهد مولد أول قانون خاص بالعلامات التجارية في قطاعي الصناعة والتجارة على حد سواء ومن فرنـسا أخـذت بـاقي الـدول اهتمامهـا بالعلامـات التجاريـة، فسنت القـوانين الخاصـة بهـذه العلامات حتى غدا نظام العلامات التجارية نظاما معمولا به في أغلب دول العالم[1].

التي حدثت في بداية القرن الرابع عشر الميلادي تؤدي إلى الخروج بأوروبا من فترة العصور الوسطى. خلال هذه الفترة قل اهتمام العلماء والفنانين بعلم اللاهوت (دراسة المسائل الإلهية) وبدأ التركيز ينصب على محاولات فهم اللغة والتاريخ وطبيعة الإنسان. وعُرفت نظرتهم الجديدة للحياة بالإنسانية التي أصبحت فيما بعد محوراً للفكر الذي قام عليه عصر النهضة. بدأت التحولات الاقتصادية والثقافية والسياسية التي حدثت في بداية القرن الرابع عشر الميلادي تؤدي إلى الخروج بأوروبا من فترة العصور الوسطى. خلال هذه الفترة قل اهتمام العلماء والفنانين بعلم اللاهوت (دراسة المسائل الإلهية) وبدأ التركيز ينصب على محاولات فهم اللغة والتاريخ وطبيعة الإنسان. وعُرفت نظرتهم الجديدة للحياة بالإنسانية التي أصبحت فيما بعد محوراً للفكر الذي قام عليه عصر النهضة.

(1) في عام 1875 تم العمل بقانون تسجيل العلامات التجارية في بريطانيا، وفي عام 1879 أقرت الدولة العثمانية قانوناً لحماية العلامة التجارية، وفي عام 1929 قامت اسبانيا بسن أول تشريع خاص بالملكية الصناعية داخلها، أما أمريكا فلم تعترف بالعلامة التجارية كموجودات لها قيمة إلا بعد النصف الثاني من القرن التاسع عشر حيث سنت أول تشريع للعلامة التجارية داخلها عام 1946، لمزيد من التعمق أنظر د. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، ص 248 وما بعدها وكذلك انظر Major Provision of trademark legislation in selected countries, WIPO, Geneva, 1997.

وبالنسبة للأردن الذي كان خاضعا للحكم العثماني[1] وكانت التشريعات العثمانية هي السائدة آنذاك[2] والتي لم يكن من ضمنها أي قانون خاص بالعلامات التجارية لأن حماية عناصر الملكية الصناعية والتجارية كانت خاضعة للتشريعات

(1) الدولة العثمانية، (1343 – 699) هـ، 1299- 1924 دولة إسلامية، تنسب إلى قبيلة قابي إحدى القبائل التركية، ومنشوها بلاد تركستان. كان سليمان أحد أبناء القبيلة يهيم بقبيلته في آسيا الصغرى بعد موقعة ملاذكرد، وقتل سليمان عند مشارف حلب، وترددت القبيلة بين العودة لموطنها الأصلي، ومواصلة المغامرة، وانقسمت القبيلة في ذلك، فاختار ابنه أرطغرل مواصلة السير، فدخل آسيا الصغرى والتحق بخدمة الأمير السلجوقي علاء الدين الثاني الذي كان يواصل الحرب ضد البيزنطيين، وساعده في هذا الكفاح، فأعطاه السلطان السلجوقي المستقعات الواقعة على الحدود البيزنطية، وترك له توسيع ممتلكاته على حساب البيزنطيين، فاتخذ شكور عاصمة له، وأصبح ابنه عثمان ملازمًا له في حروبه وأعماله الإدارية. وفي هذه الأثناء كانت الحروب الصليبية مشتعلة فشغلت جانبًا كبيرًا من نشاط البيزنطيين مما أتاح فرصة الاستقرار للعثمانيين. نشأت الدولة العثمانية عندما توفي أرطغرل تولى عثمان الأول مكانه بموافقة علاء الدين السلجوقي وسار على هدي أبيه في مساعدة السلجوقيين وتأييدهم في حروبهم، فزاد علاء الدين في إكرامه ومنحه نوعًا من الاستقلال، وأقطعه كافة الأراضي والقلاع التي فتحها وأجاز له ضرب العملة باسمه، وذكر اسمه في خطبة الجمعة، ومنحه لقب بيك. وهكذا اقترب عثمان من الاستقلال التام، وصار زعيم إمارة من أهم الإمارات، واستمر في التوسع حتى استولى من دولة الروم الشرقية على مدينة قرة حصار، التي جعلها عاصمة له.وانتهز عثمان فرصة انشغال المغول بحروبهم مع سلاجقة قونية، فسار في فتوحاته ووسع مملكته. وبعد وفاة عثمان الأول جاء ابنه أورخان واستولى على عدة مدن، وتم تكوين أول فرقة من طوائف الانكشارية (العسكر الجديد). تعاقب السلاطين العثمانيون حتى تولى مراد الثاني، الذي وضع قواعد الأمن والإصلاح، ثم اتجه لمواصلة الفتوحات حتى مات سنة 855هـ، 1451م وتولى مكانه ابنه محمد الفاتح أو محمد الثاني، وأخذ يخضع الثوار في آسيا الصغرى. وهاجم العثمانيون القسطنطينية سنة 857هـ، 1453م حتى تمَّ لهم النصر. وبفتح القسطنطينية انمحت البقية الباقية من بيزنطة، وأصبحت القسطنطينية تُسمى إسطنبول أو دار السعادة، وصارت عاصمة للامبراطورية العثمانية حتى نقل أتاتورك العاصمة إلى أنقرة سنة 1342هـ، 1923 م. وبفتح القسطنطينية أصبحت الدولة العثمانية من الدول الإسلامية العظيمة. استمر العثمانيون يسيرون بنجاح في فتوحاتهم في أوروبا، ففتحوا بلاد الصرب وشبه جزيرة المورة وبلاد ألبانيا إلى حدود البندقية، وحاول محمد الفاتح أن يفتح إيطاليا، ولكنه انصرف عن ذلك لمشاغله الكثيرة وقتها. ولقد ضمت الدولة العثمانية البلاد العربية والإسلامية عندما كانت الدولة المملوكية في مصر وسوريا قد أصيبت بانهيار اقتصادي في نهاية القرن الخامس عشر الميلادي، عندما اكتشف البرتغاليون طريق رأس الرجاء الصالح، فارتبطت تجارة أوروبا بالهند دون المرور بالموانئ المصرية والعربية. في ضوء هذه الأحداث قامت معركة بين المماليك والعثمانيين في مرج دابق والريدانية سنة 922هـ، 1516 م. وبلغت الدولة العثمانية أقصى قوتها في عهد سليمان القانوني أو العظيم كما يسميه الأوروبيون. وامتدت الفتوحات العثمانية إلى دول الشمال الإفريقي التي كانت تعاني من الاضطراب بسبب محاولة أسبانيا الاستيلاء عليها، عقب هزيمة المسلمين بأسبانيا وانسحابهم منها.واستولى العثمانيون على الجزائر بقيادة خير الدين بربروسة عام 924هـ، 1518م، ثم على تونس ثم طرابلس، ثم واصلت القوات العثمانية زحفها حتى استولت على صنعاء سنة 954هـ، 1547م، ثم مسقط 958هـ، 1551م وواصلت زحفها حتى رأس الخليج العربي، وبذلك بلغت الدولة العثمانية أقصى مداها.

(2) انظر د. صلاح الدين الناهي، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، ص13، وكذلك د. صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص252.

الخاصة بحق المؤلف والتأليف الذي كان خاضعا بدوره لقانون حق التأليف العثماني، وبقي الوضع على ما هو عليه حتى عام 1930 حيث شهد هذا العام صدور أول قانون خاص بالعلامات التجارية و كان تحت اسم قانون العلامات التجارية والذي كان عبارة عن صورة طبق الأصل عن القانون الهندي المأخوذ بدوره عن القانون الإنجليزي.

وظل قانون العلامات التجارية لسنة 1930 معمولا به وساري المفعول حتى عام 1952 حيث صدر قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952 والذي استمر العمل به دون تعديل أو تغيير حتى أواخر عام 1999 الذي شهد سن قانون معدل رقم 34 لسنة 1999 والذي بموجبه تم تعديل القانون رقم 33 لسنة 1952 مع إبقائه تحت نفس الرقم والاسم[1].

ونظرا للدور الكبير الذي تلعبه العلامة التجارية في مجال المنافسة الشريفة والحرص على رواج البضائع واستقطاب المستهلكين أصبح سن التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية فرضا محتوما على كافة دول العالم وذلك لضمان التقدم الاقتصادي والازدهار على الصعيدين الصناعي والتجاري ولهذا أصدرت معظم الدول، القوانين الخاصة بالعلامة التجارية، حيث كانت إيطاليا الدولة السباقة في هذا المجال فأصدرت عام 1868[2] أول قانون خاص بالعلامات التجارية ثم تلتها بلجيكا والدولة العثمانية سنة 1879، فسويسرا سنة 1890 فألمانيا سنة 1894 فالأرجنتين سنة 1900 فأسبانيا سنة 1902 فإنجلترا والولايات المتحدة الأمريكية سنة 1905[3]، وهكذا إلى

---

(1) ولم يكن حال الدول الأخرى بأفضل حال من الأردن فيما يتعلق بسن قانون خاص بالعلامات التجارية، حيث تطالعنا بعض المؤلفات والدراسات على أن قانون العلامات التجارية يعتبر قانونا حديثا نوعا ما حيث ترجع بداياته إلى القرن التاسع عشر، أما أول اعتراف قانوني فعلي في العلامة التجارية فقد حصل في منتصف القرن التاسع عشر، لمزيد من التعمق، انظر د. صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 248 وما بعدها.

(2) قارن ما تقدم مع د. صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص248.

(3) قارن ما تقدم مع د. صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص248 حيث يرى أن الاعتراف بالعلامة التجارية في أمريكا على اعتبار أنها موجودات ذات قيمة قد تأخر إلى ما قبل النصف الثاني من القرن التاسع عشر !!

أن وصل الأمر إلى البلاد العربية فكانت من أوائل الدول العربية التي أصدرت قانون خاص بالعلامات التجارية تونس وكان ذلك سنة 1889 ثم المغرب سنة 1916 فالأردن سنة 1930 ثم عدل بالقانون رقم 23 لسنة 1952، فالسعودية ومصر سنة 1939، ثم سوريا سنة 1946فالبحرين سنة 1955 ثم ليبيا سنة 1956 فالكويت سنة1961 ثم موريتانيا سنة1962 فالإمارات سنة 1992 فاليمين سنة 1994[1].

ولقد شهد العام 1975 قيام مركز التنمية الصناعية للدول العربية بوضع قانون العلامات التجارية العربي الموحد[2] بهدف تحقيق الانسجام والتنسيق بين مختلف التشريعات العربية وبالتالي الوصول إلى حماية مثلى للعلامات التجارية في كافة الأقطار العربية، ويعتبر هذا القانون الموحد باكورة العمل والتنسيق العربي المشترك الذي نتمنى له المزيد من الفعالية والاتفاق والتوفيق.

(1) ومن الدول التي سنت قانون خاص بالعلامات التجارية إيران سنة 1930 والباكستان سنة 1940 والفلبين سنة 1947 واستراليا سنة 1955 والهند سنة 1958 واليابان سنة 1959 وإندونيسيا سنة 1961 والصين سنة 1963، لمزيد من التعمق انظر:

Major provision of trademark legislation in selected countries,WIPO,Geneva.1977.

(2) د. محمد حسن إسماعيل، رعايا القانون النموذجي العربي بشأن العلامات التجارية لعام 1975، مجلة نقابة المحامين، عدد 13،سنة 1982 ص111.

الفصل الثاني
أهمية العلامة التجارية

تلعب العلامة التجارية دوراً كبيراً في نمو وتقدم وازدهار المجتمع الإنساني فمن خلالها نستطيع تحديد معالم المجتمع فيما إذا كان متخلفا أو متقدما، ومما يؤيد اضطلاع العلامة التجارية بأهمية كبيرة هو إحاطتها من قبل الفقه والتشريعات بالعناية والاهتمام الكبيرين ومناداتهم بضرورة توفير الحماية اللازمة لها من خلال تسجيلها رسمياً[1] ليس على الصعيد المحلي فقط، بل وعلى الصعيد الدولي[2]، فالمتتبع

---

(1) ورد في تقارير المنظمة العالمية للملكية الفكرية أنه حتى عام 1995 كان عدد العلامات التجارية المسجلة يفوق المليون، بينما ورد في إحصاءات وزارة الصناعة والتجارة الأردنية أن عدد العلامات التجارية المسجلة والموافق عليها نهائيا خلال الشهور السبعة الأولى من عام 2004 بلغ حوالي 2ر742 علامة، في حين بلغ عدد العلامات التجارية المسجلة خلال ذات الفترة من العام الماضي 2ر526 علامة، مسجلة بذلك ارتفاعا نسبته 6ر8٪. وقد استحوذت العلامات التجارية المسجلة ذات المنشأ العربي على ما نسبته 2ر45٪ من مجمل العلامات التجارية المسجلة تلتها كل من دول الاتحاد الأوروبي بنسبة 5ر24٪ ودول النافتا (الولايات المتحدة وكندا والمكسيك) بنسبة 9ر13٪ والدول الآسيوية بنسبة 5ر4٪

(2) سبق لنا أن بينا أول اهتمام عالمي بمفردات الملكية الصناعية ومن بينها العلامات التجارية ظهر في النمسا حينما دعت حكومتها الدول الأخرى للمشاركة في معرض للاختراعات اقيم في فيينا عام 1873 إلا أن قلة الإقبال على هذا المعرض بسبب ضعف الحماية القانونية للاختراعات أدى إلى قيام الحكومة النمساوية آنذاك بسن تشريع نمساوي خاص يقضي بتوفير حماية مؤقتة لجميع الاختراعات المشاركة بالمعرض وعلاماتهم التجارية وتصاميمهم الصناعية، كما كان هذا المعرض سببا في انعقاد أول مؤتمر خاص بحماية مفردات الملكية الفكرية، حيث تمخض عن هذا المؤتمر تأسيس قاعدة لإقامة نظام حماية خاص للاختراعات وباقي مفردات الملكية الفكرية، مع ترك الباب مفتوحا أمام الدول للوصول إلى صيغة تفاهم دولية لحماية الاختراعات، وتنفيذا لهذه الرغبة عقد في باريس مؤتمر عالمي للملكية الصناعية طالب بقيام إحدى الدول بالتحضير لعقد مؤتمر دولي بهدف وضع وسن تشريع دولي حول الملكية الصناعية، وهو ما تم بالفعل في باريس حيث تم تحضير مسودة نهائية لمعاهدة دولية حول الملكية الصناعية تم اعتمادها من قبل الحكومة الفرنسية وقامت هذه الأخيرة بإرسال نسخ عنها إلى عدد من الدول لحضور المؤتمر العالمي الذي سيعقد في باريس، وفي عام 1880 عقد هذا المؤتمر وتم اعتماد مسودة المعاهدة، وفي عام 1883 عقد مؤتمر آخر في باريس انتهى بإقرار الصيغة النهائية للمعاهدة التي سميت بمعاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية والتي تم التوقيع عليها كل من بلجيكا والبرازيل والسلفادور وفرنسا وغواتيمالا وإيطاليا وهولندا وصربيا وإسبانيا وسويسرا وتم التصديق عليها من قبل كل من بريطانيا وتونس والإكوادور ومع نهاية القرن التاسع عشر ارتفع عدد الدول الأعضاء في هذه الاتفاقية 19 دولة .وتعتبر معاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 الأساس المتين الذي ترتكز عليه كافة قوانين العلامات التجارية الدولية، كما تعتبر –بحق– التربة الخصبة التي نبتت فيها بقية =

للاتفاقيات الدولية المتعلقة بموضوع عناصر الملكية التجارية والصناعية يجد على الفور مدى الاهتمام الدولي بالعلامة التجارية مما يعني أهميتها في ترتيب علاقات الدول وازدهار المجتمعات وإقامة جو من التنافس الشريف بين الأفراد والعمل على تقدم المجتمع علميا وصناعيا وتجاريا.

إن العلامة التجارية ذات أهمية بالغة، إذ تعتبر ـ بحق ـ إحدى الركائز التي يعتمد عليها نجاح المشروع الاقتصادي وإحدى أهم القيم المضافة على رأسماله[1] الذي من خلالها يستطيع التنافس مع غيره من المشروعات سواء على الصعيد الدولي أو

= المعاهدات الدولية الأخرى المتعلقة في مجال العلامات التجارية، كاتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات واتفاقية مدريد بشأن قمع بيانات مصدر السلع الزائفة أو المضللة لسنة 1891 وغيرها من الاتفاقيات الدولية.

(1) يكفي للتدليل على صحة ذلك القول بان قيمة أشهر 100 علامة تجارية في العالم وفقاً لآخر تقرير معد من المراكز المتخصصة قد بلغت حوالي 1045065 مليار دولار أمريكي، راجع بخصوص ذلك التقرير الرسمي المنشور في مجلة بي بي سي نيوز بتاريخ 2005/8/30، والذي نكتفي بان نأخذ منه كعينة بحث أول 15 علامة فقط للتأكيد على ما تقدم وذلك وفقاً للجدول التالي الذي يبين قيمة أشهر 15 علامة تجارية في العالم:

الرقم	العلامة التجارية	قيمتها عام 2005 بالمليون دولار	قيمتها عام 2004 بالمليون دولار
1	كوكا كولا	67.525	67.394
2	مايكروسوفت	59.941	61.372
3	IBM	53.376	53.791
4	GE	46.996	44.111
5	Intel	35.588	33.499
6	نوكيا	26.452	24.041
7	ديزني	26.441	27.113
8	ماكدولدز	26.014	25.001
9	تويوتا	24.837	22.673
10	مارلبورو	21.189	22.128
11	مرسيدس ـ بنز	20.006	21.331
12	Citi	19.967	19.971
13	Hewlett-Packard	18.866	20.978
14	American Express	18.559	17.683
15	جليت	17.534	16.723

المحلي، أضف إلى ذلك أنها تعمل على جذب العملاء والمستهلكين[1] مما يؤدي ـ بالضرورة ـ إلى رواج البضائع والمنتجات وتحقيق الشهرة لمالكها[2] وبالتالي العودة عليه بمردود مالي كبير وربح معنوي وفير.

ولهذا فان أهمية العلامة التجارية تعتبر أهمية مزدوجة إذ تحقق مصالح طرفي العلاقة التجارية والصناعية فهي من جهة تحقق الغاية التي ينشدها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة باعتبارها الوسيلة المثلى لتمييز السلع والمنتجات والخدمات عن غيرها من مثيلاتها وبالتالي استقطاب العدد الأكبر من المستهلكين.

وهي من جهة أخرى تحقق غاية المستهلك المتمثلة في الحصول على البضاعة الجيدة والعالم بماهيتها والمميز لها عن غيرها، فمن خلال العلامة التجارية يستطيع المستهلك التعرف على مختلف السلع والبضائع والخدمات والمتعددة فيصطفي منها الجيدة والحائزة على رضاه وقبوله بكل راحة بال واطمئنان.

كما وتظهر أهمية العلامة التجارية في كونها أصبحت من أهم القيم المضافة على رأس مال أي مشروع وواحدة من أهم عوامل نجاحه وتفوقه وإزدهاره، فمنذ بداية الثمانينات أصبحت العلامة التجارية لمشروع معين تعتبر بمثابة العنصر المشكل

---

(1) يَرَى معظم المؤرخين أن اللافتات الخارجية على المتاجر هي أول أشكال الإعلان فقد استخدم البابليون ـ الذين عاشوا فيما يُعرف الآن بالعراق ـ لافتات كهذه للدعاية لمتاجرهم وذلك منذ عام 3000 ق.م. كما وضع الإغريق القدامى والرومانيون لافتات إعلانية خارج متاجرهم. ولما كان عدد الناس الذين يعرفون القراءة قليلاً فقد استُعمِل التجار الرموز المنحوتة على الحجارة، أو الصلصال، أو الخشب عوضًا عن اللافتات المكتوبة. فعلى سبيل المثال، ترمز حدوة الحصان إلى محل الحداد، والحذاء إلى محل صانع أحذية.

(2) 'تأكيداً لصحة ذلك نجد أن اللاعبة "مايا تيك' تعيش في براغ، وهي لاعبة تنس محترفة فازت في عدة مباريات كبرى، وبعد أن شعرت وحققت شهرة لا بأس بها تقول: " في العام الماضي قررت أن أترك المباريات الدولية وأفيد من شهرتي فأبدأ إنتاج عطور تحمل اسمي...كانت خطوتي الأولى هي تسجيل العلامة التجارية لهذه العطور، تجنبا لقيام أي شخص آخر بسرقة أو تقليد الاسم الذي سأطلقه عليها. في هذه الأيام يعتبر هذا شرطا لازما إذا أراد المرء أن يحتفظ بحقه في الرجوع القانوني في حالة التقليد. فأنت ترى منتجات مقلدة كثيرة جدا آتية من مختلف أنحاء العالم" وهو ما فعله من قبل اللاعب الأسطورة ماردونا والعديد من اللاعبين والمشهورين في مختلف القطاعات والنشاطات الإنسانية.

لرأسمال المشروع، حيث أصبحت قيمة أي مشروع تقاس بمدى قيمة وأهمية علامة هذا المشروع على عكس الاتجاه السابق والذي كان يحدد رأس مال المشروع بقيمة ما يحتويه هذا المشروع من عقارات ومبان والآلات وغيرها.

ومن ناحية أخرى تتيح العلامة التجارية لمالكها فرصة تعرف المستهلكين على منتجاته والإقبال عليها مما يحقق له بالتالي الربح الذيّ يأمله من وراء مشروعه الاقتصادي، ناهيك عن ما تحققه العلامة التجارية من شهرة محلية وعالمية للمنتج وهو ما يحقق أيضا للمنتج أعلى قدر ممكن من الأرباح والفوائد.

ولقد انتهت العديد من الدراسات والأبحاث المتخصصة إلى القول بان أهمية العلامة التجارية تكمن في كونها تؤدي إلى زيادة القيمة المضافة إلى المشروعات وأنها تؤدي إلى تعلق المستهلكين بها وكذلك أثرها العظيم في ترويج المنتج محليا ودوليا، وهو ما يدل على مدى قيمة العلامة التجارية بالنسبة للمشاريع الاقتصادية والتي تفضل الشركات والمجموعات الاقتصادية التعامل معها لأكثر من سبب أهمها تعلق المستهلكين بالمنتجات حاملة العلامة التجارية المشهورة، وكذلك دورها في الحفاظ على الثبات في كمية المبيعات، وإمكانية منح تراخيص باستخدام العلامة المشهورة مما يعني جني المزيد من الأرباح سواء على الصعيد الداخلي أو الخارجي.

وللدلالة على مدى الاهمية الاقتصادية للعلامة التجارية اقرر مع البعض " إن النمو في تجارة حقوق الملكية الفكرية في السنوات الأخيرة فاق وبشكل كبير النمو في تجارة السلع، الأمر الذي يعكس وبشكل واضح الأهمية الاقتصادية لحقوق الملكية الفكرية ودورها في التنمية الاقتصادية، ولعل بعض الأمثلة العملية في هذا الموضوع لاكبر دليل على الدور الاقتصادي، فمثلا لقد صرح مدير عام شركة كوكا كولا أن الشركة لو أفلست تماما فيستطيع مدير الشركة أن يرهن العلامة التجارية الخاصة بالشركة للحصول على قرض من البنك لإعادة تأسيس هذه الشركة على

أساس أن قيمة العلامة التجارية (كوكا كولا) لعام 2004 قدرت بحوالي (67.39) مليون دولار. وفي مثال أخر فإن النقص أو الزيادة في سعر أسهم شركة (فايزر) الخاصة بالأدوية بمعدل دولار واحد فقط يعادل قيمة شركة (بريتش إيرويز/ الخطوط الجوية البريطانية) وذلك كما ورد على لسان مدير دائرة العلاقات الخارجية في شركة (فايزر) في أحد المؤتمرات التي عقدت في مدينة القاهرة عام 2003". [1]

(1) الزميل سامر الطراونة، مدخل إلى الملكية الفكرية، ندوة الويبو الوطنية حول الملكية الفكرية، تنظمها المنظمة العالمية الملكية الفكرية (الويبو) بالتعاون مع وزارة الإعلام وغرفة تجارة وصناعة البحرين المنامة، 9 و10 ابريل/نيسان 2005.

الفصل الثالث
وظيفة العلامة التجارية

من خلال حديثنا عن أهمية العلامة التجارية على الصعيدين الدولي والمحلي والمتمثلة في تحقيق غايات كل من المنتج والمستهلك على حد سواء نستطيع القول بأن للعلامة التجارية وظيفة تضطلع بها داخل المجتمع لا تقل أهمية وبروزا عن أهمية وجودها على نحو ما بينا قبل قليل.

إذ يكفي أن نعلم أن تمييز مختلف البضائع والسلع والخدمات المتعددة[1] لا يتم إلا عن طريق العلامة التجارية التي تحدد مصدر المنتجات والبضائع بحيث يتمكن المستهلك بكل يسر وسهولة التعرف عما يريد، على الرغم من كثرة ما هو معروض عليه وفي ذلك تسهيل للمعاملات التجارية المتشابكة فيما بين الأفراد، هذا من جهة.

ومن جهة أخرى، للعلامة التجارية وظيفة أخرى قوامها زرع عناصر الثقة في نفس المستهلك وبالتالي العمل على كسب هذه الثقة، إذ عن طريق العلامة التجارية يستطيع المستهلك التعرف على مدى جودة البضاعة المعروضة عليه والتي تحمل العلامة التجارية التي تصبح رمزا لثقة هذا المستهلك بهذه البضاعة، وهذا ما يحمل المنتج (التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة) التزاما على عاتقه بمضاعفة إنتاجه وحرصه الشديد على إبقاء عناصر الثقة بينه وبين المستهلك، وهو ما يدفعه إلى توخي الدقة والحرص على منتجاته حتى لا يؤثر ذلك على سمعة علامته أو زعزعة ثقة المستهلك بها، فنراه دائما

---

(1) انظر، د.محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، 1971 وكذلك د. صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص255 وكذلك، الباحث، الملكية الفكرية، المرجع السابق، ص136 وما بعدها، وكذلك الأستاذ، محمد خريسات، دور العلامات التجارية في التنمية الاقتصادية، مجلة حماية الملكية الصناعية / عدد 27 لسنة 1990ـ ص 13.

حريصا كل الحرص على إبقاء درجة جودتها وتحسينها مما يعود عليه وعلى المجتمع ككل بالنفع المتمثل في زيادة الطلب على منتجاته وازدهار الحركة التجارية والاقتصادية داخل المجتمع.

ومن جهة ثالثة، فان للعلامة التجارية وظيفة إعلامية وإعلانية كبيرة، فعن طريقها يتمكن مالكها من الإعلان عن بضاعته وتعريف المستهلكين بها مما يحقق للمعلن غايته المنشودة في تحقيق أعلى ربح ممكن[1]، وللتدليل على ذلك يكفي أن نتخيل كيفية قيام المنتج بالإعلان عن بضاعته لو لم تكن هناك علامة تجارية مميزه لها وخاصة بها، وكيف يمكن بالتالي حفر بضاعته في عقل جمهور المستهلكين[2]؟!.

ومن جهة رابعة تعتبر العلامة التجارية وسيلة هامة جدا لتوفير الحماية للمستهلك من الغش والتدليس والاحتيال التي قد يلجأ لها صاحب السلعة أو المنتج أو مقدم الخدمة

---

(1) يؤدي الإعلان دورًا بارزًا في عملية توزيع السلع من المنتجين إلى المستهلكين بوصفه وسيلة فعَّالة للبائعين لتعريف المستهلكين بمنتجاتهم. وبالتالي فإن الإعلان يساعد أصحاب المصانع على بيع منتجاتهم. ويُساهم الإعلان كذلك في النمو الاقتصادي من خلال تحفيز الجمهور لشراء سلع جديدة. كما يساعد أيضا أصحاب المصانع الذين ينفقون أموالاً طائلة على تطوير منتجات جديدة في إيجاد أسواق لسلعهم بسرعة، الأمر الذي يمكنهم من استرجاع تكاليف ذلك في فترة زمنية قصيرة. ولو لم يتوفر الإعلان لمساعدة المنتجين على بيع سلعهم لقل عدد البضائع الجديدة المتطورة. ويرى بعض الاقتصاديين أن قدرًا كبيرا من الأموال التي تُنفق على الإعلان هي أموال مهدرة. ويحتج هؤلاء بأن كثافة الإعلان تقود المستهلكين ببساطة إلى الانصراف عن استعمال علامة تجارية أخرى. وأن تبديل استعمال العلامات التجارية يمكن أن يساهم في زيادة أرباح شركة معينة ولكن لا يترتّب عليه أثر إيجابي في الاقتصاد ككل.ويضيف المعلنون تكاليف الإعلان إلى سعر بيع السلعة، وهكذا فإن الإعلان يمكن أن يزيد من سعر السلعة في بعض الأحيان. ولكن في حالات أخرى يساعد الإعلان في خفض الأسعار عن طريق نشوء زيادة في طلب السلعة وهذا بدوره يتطلب اقتصاديات الحجم الكبير في الإنتاج ذات التكلفة المنخفضة.وربما يكون أهم إسهام اجتماعي للإعلان دعمُهُ لوسائل الاتصال الجماهيرية. فالإعلان يُغطّي كافة تكاليف التلفاز والمذياع التجارية. ويتيح الإعلان للمشاهدين رؤية برامج ترفيهية وبرامج إخبارية دون مقابل. كما يغطي الإعلان أيضا ثلثي تكاليف الصحف اليومية والمجلات. فبدون الإعلان سيتعين على قارئ الصحف والمجلات دفع أسعار أعلى وستضطر العديد من المطبوعات إلى التوقف عن الإصدار.

(2) بهذا المعنى انظر، د. محمد حسني عباس، المرجع السابق ص273 وما بعدها، وكذلك الأستاذ قاسم محمد صالح، دور التصميم الصناعي في الصناعة الحديثة، مجلة اليرموك، عدد 38 سنة 1992، ص24 وما بعدها.

لترويج بضاعته أو منتجه أو خدماته المقلدة أو المغشوشة أو التي على الأقل لا تحمل نفس مواصفات البضائع الأصلية، وذلك طمعا في ترويج المنتجات أو البضائع أو الخدمات ودفع المستهلكين للإقبال عليها على الرغم من عدم توافر المواصفات والمزايا التي تتمتع بها المنتجات الأصلية، وهنا تلعب العلامة التجارية دورا كبيرا في حماية المستهلكين من ضروب الغش والاحتيال خصوصا إذا انتبه المستهلك أن المنتجات المغشوشة أو المقلدة لا تحمل نفس العلامة المحفورة في وجدانه أو أنها مقلدة أو مزورة[1]، وبالتالي تكون العلامة التجارية سببا في تجريم أمثال هؤلاء وتحديد مجازاتهم قانونا لغشهم وخداعهم للمستهلكين.

(1) بهذا المعنى، راجع كل من د. نائل عبد الرحمن، حماية المستهلك في التشريع الأردني، 1991، ص96 وما بعدها وكذلك د. حسين فتحي، حدود مشروعية الإعلانات التجارية لحماية المتجر والمستهلك، ص9 وما بعدها.

الفصل الرابع
شروط العلامة التجارية

حدد القانون الأردني للعلامات التجارية في مادته السابعة بعض الشروط الواجب توافرها في العلامة التجارية المراد تسجيلها، وتواتر العمل في العديد من الدول على وجوب توافر نفس هذه الشروط على الرغم مع غياب النص التشريعي المماثل للنص الأردني، ويمكننا القول بالتالي بأنه سواء وجد نص تشريعي يبين ويحدد هذه الشروط أو لم يوجد فأن هناك إجماع[1] فقهي وقضائي وإداري أيضاً على ضرورة تمتع العلامة التجارية المراد تسجيلها ببعض الشروط اللازمة لقبولها وبالتالي اكتساب وجودها الفعلي.

أما هذه الشروط منها ما هو موضوعي يتعلق بنفس العلامة التجارية كأن تكون علامة تجارية جديدة ومميزة ولا تتعارض مع النظام العام والآداب، ومنها ما هو شكلي أو إجرائي يتعلق بمن له الحق في تقديم طلب تسجيل العلامة التجارية وآلية هذا التسجيل والجهة المختصة والمنازعات المتعلقة بالتسجيل والقرارات المنبثقة عن طلب التسجيل ومآلها.

---

(1) راجع، د. محسن شفيق، الوسيط في القانون التجاري، ص209، ود. محمد حسني عباس، المرجع السابق، ص307 وما بعدها، ود. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية ، بدون تاريخ للنشر ص 260 وما بعدها ود. محمود الشرقاوي، القانون التجاري، ج1، ص529 وما بعدها، ود. صلاح الدين الناهي، المرجع السابق، ص242 وما بعدها ود. صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 277 وما بعدها، والمحامي هيثم الكشة، شروط وإجراءات تسجيل العلامة التجارية وطرق اكتساب ملكيتها، بحث منشور في مجلة نقابة المحامين، عدد 7و8 لسنة 1998، ص2245 .

المبحث الأول
الشروط الموضوعية للعلامة التجارية

وتتمثل هذه الشروط في كل من الجدة (أن تكون العلامة جديدة) والتميز (أن تكون العلامة متميزة وذات صفة فارقة) والمشروعية (أن لا تكون العلامة المراد تسجيلها مخالفة للنظام العام أو الآداب).

المطلب الأول: الجدة

والمقصود بهذا الشرط هو أن تكون العلامة التجارية جديدة في شكلها العام، بحيث لم يسبق استعمالها أو تسجيلها داخل الدولة من قبل على نفس البضائع أو المنتجات أو الخدمات من قبل شخص آخر.

وتعتبر العلامة التجارية جديدة إذا كانت في إحدى عناصرها مميزة عن غيرها وهو ما يعني عدم ضرورة أن تكون جديدة في كل عناصرها بل يكفي لاعتبارها جديدة أن تفترق عن غيرها من العلامات في جانب معين من جوانبها حتى ولو كانت متفقة معها في بقية الجوانب وحتى لو كانت مستعملة أو من المنوي استعمالها على نفس الفئات والمنتجات المستعمل من قبل العلامة الأخرى، فالعبرة في تحديد مدى جدية العلامة التجارية هو اختلافها وتميزها عن غيرها في أي عنصر من عناصرها وليس في اختلافها وتميزها في كافة عناصرها حيث يكفي أن تتميز في عنصر واحد فقط من عناصرها عن غيرها من العلامات حتى تعتبر جديدة وبالتالي محلاً للقبول والتسجيل حتى ولو اشتركت مع غيرها من العلامات في بقية العناصر.

ومعنى ما تقدم أن اعتبار العلامة التجارية المراد تسجيلها جديدة من عدمه مرتبط بقيد مكاني وقيد زماني وأن شرط الجدة بحد ذاته هو شرط ذو طبيعة نسبية، إذ هو محدد بنفس البضائع وبنفس مكان وزمان الاستعمال، وبالتالي فان تسجيل

علامة تجارية واحدة لأكثر من نوع من أنواع البضاعة المختلفة وفي مكان مختلف وزمان متخلف لا يوجد قانونا ما يمنعه طالما أن العلامة التجارية المراد تسجيلها، تعود إلى نوع أو صنف آخر من أصناف المنتجات المختلفة.

وبنفس المعنى تفقد العلامة التجارية شرط الجدية وبالتالي لا تعتبر مؤهلة للتسجيل والقبول إذا ثبت قيام شخص بتسجيلها أو استعمالها استعمالاً طويلاً لتمييز منتجاته من قبل، وعليه لا يستطيع أي شخص آخر تقديم طلب لتسجيل العلامة المسجلة أو المستعملة من قبل أو القيام باستعمال هذه العلامة وإلا انعقدت مسؤوليته القانونية.

وشرط الجدة كما تقدم مربوط بحيز مكاني ومقيد بقيد زماني معين، ونوع معين من أنواع المنتجات والأصناف أو الفئات وفقاً لتعبير قانون العلامات التجارية.

الفرع الأول: الجدة من حيث المكان

تتمتع العلامة التجارية بحجية في كافة أقاليم الدولة الواحدة، وهذا يعني أن استخدام العلامة التجارية لا يقتصر على منطقة أو إقليم معين من أقاليم الدولة المسجلة بها العلامة، وإنما يشمل كامل مناطق وأقاليم هذه الدولة، فلو فرضنا أن طلباً لتسجيل العلامة التجارية تم تقديمه في وزارة المعنية بهذا الخصوص داخل محافظة العاصمة (عمان)، فان استعمالها لا يقتصر على المناطق التابعة لهذه المحافظة فحسب، بل يمتد استعمالها ليشمل جميع مناطق الدولة الأردنية الأخرى وبالتالي فان تسجيل نفس العلامة أو استعمالها من قبل الغير يكون محظورا ليس فقط في المحافظة عمان بل في باقي محافظات المملكة الأخرى.

وبنفس الوقت فان استعمال العلامة التجارية خارج حدود الدولة لا يفقد العلامة التجارية صفة الجدة إذا ما تم استعمال نفس هذه العلامة داخل الدولة بحيث تعتبر جديدة وان كانت مستعملة فعلا ومسجلة في الخارج، ما لم تكن هذه العلامة الأخيرة متمتعة بوصف العلامة التجارية المشهورة عالمياً - وفقاً لما سنرى فيا بعد - فعندئذ لا

يجوز استعمالها أو تسجيلها إلا من قبل مالكها الأصلي، حيث أن شهرتها العالمية تحل محل التسجيل الرسمي وبالتالي تعتبر بالنسبة لغير مالكها غير متمتعة بوصف الجدة وبالتالي لا تعتبر مؤهلة للتسجيل والقبول.

معنى ما تقدم أن شخصاً ما لا يستطيع التقدم بطلب لتسجيل العلامة التجارية (كوكا كولا) حتى ولو كانت غير مسجلة رسمياً داخل دولته، وذلك لثبوت أن هذه العلامة مشهورة عالمياً وبالتالي ووفقاً لأحكام القانون لا يجوز تسجيلها إلا من قبل مالكها الأصلي، وكما لا يجوز تسجيلها إلا من قبل مالكها الأصلي فإنه لا يجوز استعمالها أيضاً إلا من قبل مالكها الأصلي أيضاً.

وتأكيدا لما تقدم قضت محكمة العدل العليا الأردنية أن " الفقرة العاشرة من المادة الثامنة التي تمنع تسجيل علامة تطابق علامة تخص شخصاً آخر لا تنطبق إلا عندما تكون العلامة التي تخص الشخص الآخر مسجلة في الأردن "[1] كما قضت أيضاً " إذا كانت العلامة التجارية (ناشد أخوان) السورية معروفة في الأردن فان تسجيل العلامة (ناشد) لتوضع على نفس صنف البضاعة من شانه أن يؤدي إلى غش الجمهور ويكون من حق المعترض بوصفه أحد أفراد الجمهور أن يعترض على طلب تسجيل هذه العلامة ما دام أن قانون العلامات التجارية يمنع أصلاً تسجيل أية علامة عند توفر هذا السبب"[2]، وقضت أيضاً " لا حق للشركة المستدعية في طلب ترقين العلامة المسجلة باسم الشركة المستدعى ضدها إذا لم يقدم أية بينة على أن العلامة المطلوب ترقينها معروفة في المملكة الأردنية الهاشمية ومستعملة على بضائعها لأن تسجيل هذه العلامة

(1) القرار رقم 66/163 منشور سنة 1967 ص 20 نقابة المحامين الأردنيين.

(2) القرار رقم 69/8 منشور سنة 1969 ص 104 نقابة المحامين الأردنيين.

ليس من شأنه أن يؤدي إلى غش الجمهور لعدم وجود علامة أخرى مماثلة لها مستعملة ومعروفة في الأردن"[1].

الفرع الثاني: الجدة من حيث الزمان

وكما تتقيد العلامة التجارية بحيز مكاني تتقيد أيضاً بنطاق زماني معين ومحدد قانوناً، فحمية العلامات التجارية ليست مطلقة ومؤبدة، حيث كان القانون الأردني للعلامات التجارية قبل تعديله بموجب القانون 34 لسنة 1999 ينص على فترة حماية قوامها 7 سنوات، ولكن وحرصاً من المشرع الأردني على الالتزام والتقيد بالاتفاقيات الدولية عدل مدة لحماية حيث جعلها 10سنوات لتتواءم مع مدة الحماية المنصوص عليها في اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) وهي نفس المدة التي نصت عليها كافة القوانين العربية، حيث نجد أن المادة 19 من القانون الإماراتي مثلاً تنص على أن" مدة الحماية المترتبة على تسجيل العلامة التجارية عشر سنوات، ولصاحب العلامة أن يكفل استمرار الحماية لمدد متتالية كل منها عشر سنوات.." وتنص المادة 20 من القانون الأردني على أن " مدة ملكية حقوق العلامة التجارية عشر سنوات من تاريخ تسجيلها ويجوز تجديدها لمدد مماثلة وفقاً لأحكام هذا القانون".

ومعنى ما تقدم أن العلامة التجارية وطيلة مدة العشر سنوات المقررة لحمايتها وتحصينها من أي اعتداء عليها لا تعتبر جديدة بالنسبة للطلبات اللاحقة لبدء هذه المدة، أو طيلة بقاء أي مدة تجديد لها، فإذا انقضت هذه المدة ولم يتم تجديدها وفقاً لأحكام القانون وتم شطبها فعلاً أو حكماً وكذلك إذا عرض لها عارض أثناء فترة السريان وصدر قرار بإلغائها، فإنها في هذه الحالات تعتبر بأنها قد عادت مرة أخرى إلى سابق

---

(1) القرار رقم 72/67 منشور سنة 1972 ص 1463 نقابة المحامين الأردنيين.

عهدها وسيرتها الأولى واعتبرت بالنسبة لأي طالب تسجيل لاحق بمثابة علامة جديدة مؤهلة وقابلة للتسجيل.

وحتى نقف على تفاصيل ما تقدم ينبغي علينا التصدي لكل من، تجديد العلامة التجارية، وشطب العلامة التجارية، وإلغاء العلامة التجارية.

أولاً: تجديد العلامة التجارية

حدد القانون الإجراءات اللازمة لتجديد العلامة التجارية كما بين الحالات التي يعتبر معها مالك العلامة التجارية بأنه قد تركها ولا يرغب في استمرار حمايتها أو تجديد مدة تملكه لها.

ووفقاً للقانون الإماراتي ينبغي على صاحب العلامة التجارية إذا أراد أن يكفل استمرار الحماية المقررة لعلامته لمدد متتالية كل منها عشر سنوات أن يتقدم بطلب تجديد تسجيل العلامة خلال السنة الأخيرة من مدة الحماية السارية على النموذج المعد لذلك ومرفق به شهادة التسجيل وما يفيد أداء رسم التجديد [1]، بعد أن يقوم قسم العلامات التجارية المختص خلال الشهر التالي لانتهاء مدة حماية العلامة بإخطاره كتابة على عنوانه المقيد في السجل أو عنوان وكيل التسجيل الخاص به بانتهاء مدة حمايتها، وأنه عليه تقديم طلبه - إذا كان يرغب في ذلك - خلال الثلاثة أشهر التالية لتاريخ انتهاء مدة الحماية.

وتقوم الجهة المختصة بقبول والموافقة على طلبات التجديد دون أي فحص إضافي ودون أن يسمح للغير بالمعارضة في التجديد إذا قدمت في المواعيد وطبقاً للأصول المرعية.

(1) 250 درهم إذا قدم الطلب خلال السنة الأخيرة من مدة الحماية وعن كل علامة من العلامات المكونة للمجموعة بعد العلامة الأولى ن و500 درهم إذا قدم الطلب خلال الشهور الثلاثة التالية لانتهاء مدة الحماية وعن كل علامة من العلامات المكونة للمجموعة بعد العلامة الأولى

ويتم شهر تجديد تسجيل العلامة في الجريدة الرسمية وفي صحيفتين يوميتين تصدران في الدولة وذلك على نفقة صاحبها على أن يتضمن ذلك كل من الرقم المسلسل للعلامة واسم مالكها ومهنته ومحل إقامته وإذا كان المالك شركة ذكر اسمها أو عنوانها وغرضها وتاريخ تسجيل العلامة.

ولا يجوز في حالة طلب تجديد تسجيل العلامة إدخال أي تغيير على العلامة أو إضافة أية منتجات أو خدمات على قائمة المنتجات التي سجلت عنها العلامة.

ثانياً: شطب العلامة التجارية:

وشطب العلامة التجارية قد يكون حكماً وقد يكون قضاءً:

1- الشطب الحكمي للعلامة التجارية:

يتم هذا الشطب إذا تم إخطار مالك العلامة المنتهية مدة حمايتها القانونية ولم يطلب مالك هذه العلامة التجارية تجديدها فتعتبر حكماً مشطوبة من السجل بانقضاء سنة واحدة على انتهاء مدة تسجيلها ويحق للغير طلب تسجيل هذه العلامة التجارية باسمه بعد انقضاء سنة أخرى[1] وبالتالي فتح المجال من جديد أمام الغير لإمكانية تقديم طلب لتسجيل نفس العلامة، وهو ما يعني أن العلامة التجارية التي تنتهي مدة حمايتها دون أن يتقدم مالكها بطلب لتجديدها وفقاً للأوضاع القانونية المنصوص عليها تعتبر بمثابة علامة جديدة من جديد بعد أن كانت غير ذلك طيلة فترة تسجيلها، وهذا ما أسميناه القيد الزماني للعلامة التجارية.

(1) وفقاً لما تقدم إذا لم يتم التقدم بطلب تجديد العلامة خلال الثلاثة أشهر التالية لتاريخ انتهاء مدة الحماية، فإن الجزاء المترتب على ذلك هو قيام الوزارة المعنية بشطب العلامة من سجل العلامات التجارية طبقاً للقانون الأردني للعلامات التجارية إذا لم يطلب مالك العلامة التجارية تجديدها فتعتبر حكماً مشطوبة من السجل بانقضاء سنة واحدة على انتهاء مدة تسجيلها ويحق للغير طلب تسجيل هذه العلامة التجارية باسمه بعد انقضاء سنة أخرى.

ولا تعتبر العلامة التجارية المنتهية مدة حمايتها والتي لم يقدم مالكها طلب لتجديدها أو العلامة المشطوبة قانوناً أو قضاء جديدة بالنسبة للغير فقط بل تعتبر كذلك حتى بالنسبة لمالكها الأصلي والذي أهمل أو تقاعس عن تقديم طلب لتجديدها ، إذ لو ندم هذا الأخير على عدم التجديد وأراد بعد ذلك القيام بذلك فان علامته التجارية السابقة تعتبر بالنسبة له بعد شطبها بمثابة علامة جديدة ينبغي لتجديدها أو تسجيلها التقدم بطلب تسجيل جديد وإتباع كافة الإجراءات القانونية التابعة لذلك من فحص فني أولي وتسجيل مبدئي ونشر وفتح باب المعارضة والقرار النهائي بالتسجيل بعد دفع رسوم تسجيل كاملة.

2- الشطب القضائي للعلامة التجارية:

أما الشطب القضائي، أو بموجب قرار من المحكمة المختصة بذلك فيتم وفقاً لأحكام المادة 22 من قانون العلامات التجارية الأردني[1] والتي، وتنص هذه المادة على "1- مع مراعاة أحكام المادة (26) من هذا القانون يجوز لأي شخص ذي مصلحة أن يطلب من المسجل إلغاء تسجيل أي علامة تجارية مسجلة لغيره إذا لم يستعملها فعليا وبصورة مستمرة خلال السنوات الثلاث التي سبقت الطلب إلا إذا اثبت مالك العلامة التجارية أن عدم استعمالها يعود إلى ظروف تجارية خاصة أو إلى أسباب مسوغة حالت دون استعمالها. 2- يعتبر استعمال الغير للعلامة التجارية مسجلة بموافقة مالكها استعمالا لها لمقاصد استمرار تسجيلها وفقا لنص الفقرة (1) من هذه المادة. 3- على

(1) تقابل المادة 21 من قانون العلامات التجارية الإماراتي مع وجود بعض الاختلافات في التسميات وبعض الإجراءات والتي تنص على " لكل ذي شأن الحق في طلب الحكم بشطب العلامة التجارية التي تكون قد سجلت بغير حق "، وكذلك وفقاً للمادة 22 من نفس القانون والتي تنص على " للمحكمة المدنية المختصة أن تحكم بناء على طلب كل ذي شأن بشطب تسجيل العلامة التجارية إذا ثبت لديها أنها لم تستعمل بصفة جدية خمس سنوات متتالية إلا إذا قدم مالك العلامة ما يبرر بع عدم استعمالها.

المسجل قبل إصدار قراره في طلب الإلغاء أن يتيح للفريقين إبداء دفوعهما ويكون قراره خاضعا للطعن لدى محكمة العدل العليا"

أ ـ الشطب القضائي للعلامة التجارية المسجلة دون وجه حق:

ويفهم من نص المادة 21 السابق بيانها أن شروط الشطب القضائي للعلامة التجارية لتسجيلها دو وجه حق تتمثل فيما يلي:

- أن تكون العلامة المطلوب شطبها مسجلة في سجل العلامات التجارية.
- أن تكون هذه العلامة المسجلة قد تم تسجيلها بغير حق.
- أن يكون لدى طالب الشطب مصلحة أو شأن في ذلك.

وعليه نقرر أن الشطب القضائي لا يكون إلا بخصوص العلامات التجارية المسجلة رسمياً وصادرة بخصوصها شهادة تسجيل رسمية بذلك، وبالتالي تخرج من نطاق عملية الشطب أي إلغاء أو حذف لأي علامة تجارية لم يصدر القرار النهائي القاضي بتسجيلها.

وكذلك يجب أن يثبت طالب شطب العلامة أن العلامة المراد شطبها قد تم تسجيلها خلافاً لأحكام القانون ودون وجه حق، كأن تكون من قبل العلامات المحظور تسجيلها قانوناً مثلاً.

ويجب أيضا أن يكون لدى طالب شطب العلامة التجارية مصلحة في ذلك والمقصود بالمصلحة هنا هو أن يكون له صفة قانونية في طلب الشطب، كأن يكون هو المالك الأصلي للعلامة المسجلة.

فإذا اجتمعت كافة الشروط السابق بيانها في واقعة طلب الشطب، كان على المحكمة المختصة رؤية هذا الطلب ومن ثم الحكم بشطب العلامة إذا خلصت وثبت لديها قيام الشروط اللازمة لذلك، وذلك من خلال إلزام الوزارة المعنية والتي يجب عليها

تنفيذ ذلك طالما قدم لها حكم قضائي نهائي يتضمن الشطب دون أن يكون لها سلطة جوازية في هذا الأمر.

ب- الشطب القضائي للعلامة التجارية لعدم الاستعمال:

حيث تنص المادة 22 من قانون العلامات التجارية الأردني[1] على " يجوز لأي شخص ذي مصلحة أن يطلب من المسجل إلغاء تسجيل أي علامة تجارية مسجلة لغيره إذا لم يستعملها فعلياً وبصورة مستمرة خلال الثلاث سنوات التي سبقت الطلب إلا إذا اثبت مالك العلامة التجارية أن عدم استعمالها يعود إلى ظروف تجارية خاصة أو إلى أسباب مسوغة حالت دون استعمالها"[2].

وهذه المادة تبين الحالة الثانية من حالات شطب العلامة قضائياً وهي حالة ثبوت عدم استعمال العلامة من قبل المسجلة باسمه لمدة ثلاثة سنوات متتالية استعمالاً جدياً، وغني عن البيان أن مناط تطبيق هذا النص وبالتالي شطب العلامة بموجبه هو تحديد المقصود بالاستعمال الجدي للعلامة التجارية.

الاستعمال الجدي للعلامة التجارية: لم يتصدى القانون لبيان المقصود بالاستعمال الجدي للعلامة التجارية وهو ما يدفعنا لتولية وجوهنا شطر الأحكام القضائية وما جرى به قضاء المحاكم في هذا الخصوص والتي تبين لنا بمجملها أن المقصود

---

(1) تقابل المادة 22 من قانون العلامات التجارية الإماراتي والذي يعالج نفس الحالة تحت مسمى إلغاء العلامة التجارية وليس شطبها، حيث تنص هذه المادة على" للمحكمة المدنية المختصة أن تحكم بناء على طلب كل ذي شأن بشطب تسجيل العلامة التجارية إذا ثبت لديها أنها لم تستعمل بصفة جدية خمس سنوات متتالية إلا إذا قدم مالك لعلامة ما يبرر به عدم استعمالها"

(2) ولقد جرى قضاء محكمة العدل العليا الأردنية على هذا المنوال ، انظر لتأكيد ذلك قرار عدل عليا رقم 2006/533 فصل تاريخ 2007/1/30 المنشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 2008 عدد 1 ص 135 والذي جاء فيه " يجوز لاي شخص ذي مصلحة ان يطلب من المسجل الغاء تسجيل أي علامة تجارية مسجلة لغيره اذا لم يقم باستعمالها فعليا وبصورة مستمرة خلال السنوات الثلاثة التي سبقت الطلب الا اذا اثبت مالك العلامة التجارية ان عدم استعمالها يعود للظروف تجارية خاصة او الى اسباب مسوغة حالت دون استعمالها وذلك عملا باحكام 1/22 من قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952 وتعديلاته" .

بالاستعمال الجدي للعلامة التجارية يعنى المتاجرة بها بيعاً وشراءً وعرضاً للتداول وخلق أسواق لها داخل الدولة المراد حماية هذه العلامة بداخلها إلى درجة أن تصبح هذه العلامة معروفة باسمه لدى الجمهور ومميزة لبضائعه وراسخة في أذهان المستهلكين.

وللاستعمال الجدي بالمعنى الموضح أعلاه شروط إذا توفرت منح المستعمل الحماية المقررة للعلامة التجارية المستعملة، حيث تواترت الأحكام القضائية في الأردن على تأكيد وتوضيح هذه الشروط وهي:

- وجوب أن تكون العلامة التجارية قد تم استعمالها استعمالاً جدياً داخل بلد الحماية، بمعنى إذا كان المراد حماية علامة بناء على الاستعمال الجدي داخل المملكة الأردنية الهاشمية فان معنى هذا الشرط وجوب أن يكون هذا الاستعمال قد تم في المملكة وليس في دولة أخرى، ولهذا السبب قررت المحاكم بان مجرد الاستيراد والتعامل العابر مع البضائع التي تحمل العلامات التجارية خارج حدود بلد الحماية أو دون أن يترتب على هذا التعامل خلق أسواق داخل بلد الحماية، لا يجعل من المستوردين أو المتعاملين بها صفة المستعمل الجدي وبالتالي لا يتمتعون بالصفة للازمة للتمتع بالحماية القانوني المقررة لهذه العلامة[1].
- وجوب أن يتم الاستعمال من قبل مالك العلامة الأصلي داخل البلد المراد حماية العلامة بداخله إما بنفسه أو عبر ممثله القانوني كالوكيل والموزع وبناء على ترخيص أو تفويض صريح منه بذلك، ولهذا فان استعمال الشخص

(1) القرار رقم 61/76 عدل عليا منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين عدد سنة 1965 ص 912 والذي جاء فيه " ولا يكون الصنف المسجلة علامته في الخارج مستعملا في الأردن ومعروفاً فيها إذا كان بعض المواطنين الأردنيين يتناولونه في الخارج أو إذا كانت الشركة صاحبته قد طلبت استيراده ولم توافق وزارة الاقتصاد على طلبها"، والقرار رقم 96/86 عدل عليا لم ينشر بعد وصدر بتاريخ 1996/9/17 والذي جاء فيه " لا يرد الاعتراض على طلب تسجيل العلامة التجارية المشابهة لعلامة تجارية أجنبية غير مسجلة وغير مستعملة في الأردن.."

لعلامة غيره عن طريق الاستيراد والعرض الطارئ داخل الأسواق لا يعتبر بنظر القانون والقضاء استعمالاً جدياً للعلامة[1].

- أن يكون الاستعمال مستمراً لمدة كافية لأن تصبح معها العلامة المستعملة مميزة لمنتجات المستعمل ومعروفة لدى جمهور المستهلكين وراسخة في أذهانهم[2].

---

(1) القرار رقم 52/55 عدل عليا منشور في نقابة المحامين الأردنيين عدد سنة 1953 ص 102 و القرار رقم 61/63 منشور في نقابة المحامين الأردنيين عدد سنة 1961 ص 131 والذي جاء فيه "أن مجرد اتجار شخص بالبضاعة بأن يستورد البضاعة العائدة للشركة التي تملك العلامة ويعرضها في الأسواق كبضاعة خاصة بالشركة لا يكسب هذا التاجر المستورد حقاً في ملكية تلك العلامة وتسجيلها باسمه".

(2) القرار رقم 94/79 عدل عليا منشور سنة 1995 ص 67 والذي جاء فيه " 1- يستفاد من نص الفقرة الخامسة والعشرين من قانون العلامات التجارية التي تنص على (كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل بسبب عدم وجود ما يسوغ تسجيلها أو بسبب تسجيل تلك العلامة تنشأ عنه منافسة غير عادلة يجب ان يقدم خلال خمس سنوات من تسجيل تلك العلامة) ان مدة التقادم تبدأ من تسجيل العلامة تسجيلا فعليا وليس من تاريخ تقديم طلب التسجيل ويعزز هذا الرأي ان مدة التقادم تبدأ من تاريخ نشوء الحق في إقامة الدعوى . وعليه فان حق ذي المصلحة في تقديم طلب ترقين تسجيل العلامة التجارية لا ينشأ إلا بعد تسجيل العلامة تسجيلا فعليا وبالتالي يكون الدفع المثار برد الدعوى لتقديمها ما يزيد عن خمس سنوات حقيقا بالرد ما دامت ان الدعوى مقدمة ضمن المدة القانونية وفقا للمادة المشار إليها " والقرار رقم 94/83 عدل عليا منشور سنة 1995 ص 63 والذي جاء فيه " تنص الفقرة السادسة من المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية بأنه (لا يجوز تسجيل العلامة التي تؤدي إلى غش الجمهور أو العلامة التي تشجع المنافسة التجارية غير المحقة أو التي تدل على غير مصدرها الحقيقي) كما تنص الفقرة العاشرة منها (على عدم جواز تسجيل علامة تخص شخصا آخر سبق تسجيلها لنفس البضائع التي يراد تسجيل العلامة من اجلها أو لصنف منها أو العلامة التي تشابه تلك العلامة إلى درجة قد تؤدي إلى غش الغير) وعليه فيكون قرار مسجل العلامات التجارية بعدم تسجيل العلامة التجارية باسم المستدعي لتشابهها مع علامة تجارية أخرى قرارا متعسفا كون المستدعي قد استعمل العلامة التجارية على بضائعه في المملكة منذ مدة وأصبحت مميزة لهذه البضائع وبتاريخ سابق لتقديم طلب تسجيل العلامة التجارية المشابهة ولم يرد أي بينة بأن صاحب العلامة المشابهة كان يستعمل العلامة التجارية قبل تقديمه طلبا لتسجيلها كما ان شروط نص المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية غير متوفرة لان المادة المذكورة تطبق عندما تكون العلامة التي تخص شخصا آخر مسجلة بصفة نهائية وليست في مرحلة الطلب وبالتالي فان العلامة المشابهة هي علامة غير مسجلة ولم يكتمل تسجيلها وحيث ان قضاء محكمة العدل العليا قد جرى على انه إذا ارتطم حق الشخص الذي سجلت العلامة باسمه بحق مستعمل سابق لهذه العلاقة فيكون للشخص الذي استعملها أولوية على الشخص الذي سجلت باسمه وبالتالي يكون قرار مسجل العلامات التجارية حقيقا بالفسخ . تنص الفقرة السادسة من المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية بأنه (لا يجوز تسجيل العلامة التي تؤدي إلى غش الجمهور أو العلامة التي تشجع المنافسة التجارية غير المحقة أو التي تدل على غير مصدرها الحقيقي) كما تنص =

- وبالإضافة للشروط الثلاثة السابقة يمكننا إضافة شرط تحتمه القواعد العامة ألا وهو شرط مشروعية الاستعمال الجدي بحد ذاته، بمعنى أن لا يكون هذا الاستعمال مخالفاً للنظام العام أو الآداب أو يشكل بحد ذاته احد أشكال المنافسة التجارية غير المشروعة.

وعليه قضي بان "مجرد استيراد البضاعة التي تحمل علامة تجارية من شخص من ضمن أشخاص آخرين يستوردونها من الخارج لا ينطوي بحد ذاته على معنى الاستعمال المقصود في قانون العلامات التجارية إذ أن الاستعمال المقصود يعني استعمال علامة تجارية خاصة بتمييز بضاعة صاحب العلامة ذاته"[1]، وقضي أيضاً " تعتبر العلامة التجارية لا تزال تستعمل بالفعل ما دام أن البضاعة التي تحملها ما فتئت موضع التداول"[2].

وتأسيسا على ما تقدم لا يعتبر بنظر القانون ولا القضاء كل استعمال للعلامة التجارية استعمالاً مكسباً لملكيتها بل ينبغي أن يكون هذا الاستعمال مستمراً ودائماً ومتخذاً شكل الاتجار بالأصناف التي تحمل العلامة التجارية عن طريق البيع والشراء

الفقرة العاشرة منها (على عدم جواز تسجيل علامة تخص شخصا آخر سبق تسجيلها لنفس البضائع التي يراد تسجيل العلامة من اجلها أو لصنف منها أو العلامة التي تشابه تلك العلامة إلى درجة قد تؤدي إلى غش الغير) وعليه فيكون قرار مسجل العلامات التجارية بعدم تسجيل العلامة التجارية باسم المستدعي لتشابهها مع علامة تجارية أخرى قرارا متعسفا كون المستدعي قد استعمل العلامة التجارية على بضائعه في المملكة منذ مدة وأصبحت مميزة لهذه البضائع وبتاريخ سابق لتقديم طلب تسجيل العلامة التجارية المشابهة ولم يرد أي بينة بأن صاحب العلامة المشابهة كان يستعمل العلامة التجارية قبل تقديمه طلبا لتسجيلها كما ان شروط نص المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية غير متوفرة لان المادة المذكورة تطبق عندما تكون العلامة التي تخص شخصا آخر مسجلة بصفة نهائية وليست في مرحلة الطلب وبالتالي فان العلامة المشابهة هي علامة غير مسجلة ولم يكتمل تسجيلها وحيث ان قضاء محكمة العدل العليا قد جرى على انه إذا ارتطم حق الشخص الذي سجلت العلامة باسمه بحق مستعمل سابق لهذه العلامة فيكون للشخص الذي استعملها أولوية على الشخص الذي سجلت باسمه وبالتالي يكون قرار مسجل العلامات التجارية حقيقا بالفسخ . وكذلك وبنفس المعنى انظر القرار رقم 95/306 عدل عليا منشور سنة 1996 ص 641 .

(1) القرار رقم 52/55 عدل عليا منشور سنة 1953 ص 102.

(2) القرار رقم 53/21 عدل عليا منشور سنة 1954 ص 1.

والطرح للتداول وخلق الأسواق الاستهلاكية لمدة زمنية كافية لأن تصبح هذه العلامة مميزة وفارقة لهذه الأصناف وتعطي دلالة واضحة على تبعيتها للمستعمل بحيث ينحفر في وجدان هذا الأخير وعقله ذلك، فتغدو هذه العلامة رمزاً لتميز هذه الأصناف وملكيتها للمستعمل[1].

وبنفس المعنى يغدو مجرد الاستيراد والتصدير داخل معابر الدولة وموانئها وإعادة التصدير إلى بلد المنشأ وكذلك أعمال الرص والتجهيز والشحن وغيرها من الأعمال المتعلقة بالبضاعة التي تحمل العلامة التجارية غير كافية لإعطاء المستعمل أو القائم بهذه الأعمال مكنة تملك هذه العلامة.

ولهذا جرى القضاء الأردني على "ان مجرد تسجيل كلمة معينة كاسم تجاري للشركة المعترض عليها لا يترتب عليه أي حق لها في أن تستعمل هذه الكلمة كعلامة تجارية لبضائعها إذ ليس هناك أي نص قانوني يعطيها هذا الحق، كما جرى نفس القضاء على أنه " إذا كانت الكلمة موضوع الاعتراض هي علامة تجارية مملوكة للشركة المعترضة عن طريق الاستعمال وأنها أصبحت معروفة في الأردن وتميز بضائع هذه الشركة ، وأن نفس الكلمة تؤلف جزءاً رئيسياً من العلامات التجارية المطلوب تسجيلها باسم الشركة المعترض عليها لاستعمالها على بضائع هي من صنف بضائع الشركة المعترضة فان تسجيل هذه الكلمة باسم الشركة المعترض عليها كجزء من علاماتها من شأنه أن يشكل منافسة غير مشروعة ويؤدي إلى غش الجمهور"[2].

---

(1) انظر لتاكيد هذا المعنى ما جرى به قضاء محكمة العدل العليا الأردنية ومثال ذلك القرار رقم 1996/86 فصل تاريخ 1996/9/17 منشور في مجلة نقابة المحامين لسنة 1997 عدد 1 ص 2269 والذي جاء فيه " لا يرد الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية المشابهة لعلامة تجارية غير أردنية ما دام أن العلامة غير الأردنية قد سجلت في الأردن بعد تسجيل العلامة الأردنية وأن بضائع الشركة غير الأردنية غير معروفة في الأردن وأن تواجد أردنيون في تلك الدولة".

(2) القرار رقم 1977/25 فصل تاريخ 1977/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الاردنيين لسنة 1977 عدد 9 ص1178، وبنفس المعنى انظر القرار رقم 1996/84 الصادر عن نفس المحكمة فصل 1996/7/17 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1997 عدد 3 ص 656.

وبعد أن بينا المقصود بالاستعمال الجدي للعلامة التجارية يسهل علينا الآن التصدي لحالة طلب شطب العلامة التجارية لعدم لاستعمال والوارد بيانها في نص المادة 22 من قانون العلامات التجارية الأردني، حيث يمكن لكل ذي شأن أن يطلب من المحكمة المدنية المختصة شطب أي علامة مسجلة إذا ثبت له واستطاع أن يثبت للمحكمة بدوره عدم قيام من قام بتسجيلها ابتداءً باستعمالها استعمالاً جدياً وفقاً للمعنى الموضح أعلاه لمدة تزيد عن ثلاثة سنوات متتالية أي بصورة مستمرة وغير منقطعة ودائمة وليست لحظية، ما لم يبرز مالكها للمحكمة ما يثبت أن عدم استعماله لها كان بسبب لا يد له فيه كظروف طارئة أو قوة قاهرة.

ومن كل ما تقدم نجد أن حصانة العلامة التجارية الزمانية مثلها في ذلك مثل حصانتها المكانية ليست مطلقة وليست دائمة ومؤبدة بل قد يعتورها بعض الأسباب التي تهزها وتلغيها، مما يعيدها إلى حالتها الأولى واعتبارها متمتعة بصفة الجدية على الرغم من سبق تسجيلها وامتلاكها من قبل الغير.

وعلى ضوء ما تقدم يتضح لنا الفرق بين شطب العلامة التجارية وإلغاء العلامة التجارية أو الفرق بين تطبيق نص المادة 21 من قانون العلامات التجارية الأردني وتطبيق نص المادة 22 من نفس القانون، وهذا الفرق يتمثل فيما يلي:

أن نص المادة 21 من قانون العلامات التجارية تعالج موضوع شطب العلامة التجارية التي لم يقدم مالكها أو المسجلة باسمة طلب لتجديدها، بينما المادة 22 تعالج موضوع شطب العلامة التجارية غير المستعملة استعمالاً مستمراً وفعلياً لمدة تزيد عن ثلاثة سنوات دون سبب مشروع أو نتيجة ظروف تجارية خاصة أو طارئة تبرر عدم الاستعمال، والفرق بين النصين والمعالجتين كبيرة.

فشطب العلامة التجارية لعدم التجديد يعني أن هناك علامة تجارية مسجلة ابتداءً إلا أن مالكها ولسبب أو لآخر أهمل أو تقاعس عن تجديدها خلال المدة

القانونية لذلك، وعندها وحرصاً على تنظيم سجلات العلامات التجارية تعتبر مثل هذه العلامات بحكم القانون مشطوبة، ومن ثم يعطى الغير مكنة تسجيل هذه العلامة بعد مرور سنة على قرار الشطب.

أما شطب العلامة التجارية لعدم الاستعمال أو حسب تعبير المشرع الأردني " إلغاء العلامة التجارية " فأمر مختلف تماماً، وذلك أن إلغاء العلامة لعدم الاستعمال الفعلي والمستمر كإجراء يختلف أن شطب العلامة لعدم التجديد، من حيث الآثار المترتبة عليهما:

فالعلامة التي لا تجدد خلال المدة القانونية لذلك تعتبر حكماً مشطوبة وهي تعتبر كذلك إلى ان يتقدم مالكها بطلب تجديدها خلال مدة سنة واحدة تبدأ من تاريخ اعتبارها بحكم القانون مشطوبة، وهو ما يعني أن القانون يعتبر العلامات غير المجددة ولمدة سنة كاملة بحكم العلامات المشطوبة ولكنها بالواقع موقوفة على واقعة أن يتقدم مالكها بطلب تجديدها خلال مدة أقصاها سنة واحدة فإذا لم يتقدم بذلك اعتبرت هذه العلامة مشطوبة نهائياً أو ملغاة، ولهذا نجد أن المشرع لم يسمح لغير مالك هذه العلامات التقدم بطلب لتسجيلها إلا بعد مرور سنة أخرى لعل وعسى أن يتقدم المالك الأصلي لمثل هذه العلامات بطلب لتجديدها فتعود إلى سيرتها الأولى وتبقى في ملك مالكها والمسجلة باسمة بالأصل وبالتالي تبقى المراكز القانونية بنظر المشرع الأردني مستقرة.

بينما العلامة التي لا تستعمل للمدة القانونية تعتبر ملغاة، ويترتب على الإلغاء اعتبار العلامة وكأن لم تكن من الأساس وبالتالي لا يوجد ما يمنع من التقدم بطلب تسجيل مثل هذه العلامات فور صدور القرار القاضي بإلغائها كونها تعتبر غير موجودة ولا مالك لها أو بمعنى آخر تعتبر العلامات التي تم إلغاؤها داخلة في الملك العام وبالتالي يستطيع أي شخص له مصلحة من التقدم بطلب لتسجيلها باسمه دون انتظار مدة زمنية

معينة وذلك لأن المشرع الأردني يفترض أن مالك العلامة التجارية الذي لم يستعملها لمدة ثلاث سنوات أو أكثر يعتبر مهملاً بحق نفسه وبالتالي مخطأ ووفقاً للقاعدة الفقهية والقانونية يقرر المشرع أن المخطئ أولى بالخسارة وبالتالي فان مثل هذا المخطئ لا يستحق بنظر المشرع الأردني اعطائه مدة زمنية معينة لعله خلالها يقوم باستعمال العلامة التي سجلت باسمه ولم يستعملها خلال ثلاثة سنوات، وبالتالي أيضاً يكون باب إعادة تسجيل العلامة الملغاة مفتوحاً أمام كل من له مصلحة في ذلك بمجرد صدور قرار إلغاء العلامة التجارية.

وعلى ضوء ما تقدم نجد أن اعتماد مسجل العلامات التجارية على نص المادة 21 من قانون العلامات التجارية لتبرير قراره القاضي باعتبار العلامة التجارية حكماً مشطوبة على الرغم من ثبوت عدم استعمالها استعمالاً مستمراً وفعلياً وفقاً لمعنى استعمال العلامة التجارية المقصود في قانون العلامات التجارية، وبالتالي وجوب الاعتماد على نص المادة 22 من قانون العلامات التجارية، يعتبر اعتماداً غير سليم ويشوبه عيب التأصيل او التأسيس السليم مما يجعل قراره حرياً بالالغاء.

وعليه نقرر ما جرى به القضاء الاردني بهذا الخصوص والمتمثل في " انه لما كان من الثابت أن العلامة التجارية "غمدان " لم تستعمل من قبل من سجلت بأسمه لمدة تزيد عن ثلاثة سنوات، ولما كان من الثابت أيضاً أن مالك هذه العلامة التجارية لم يثبت ان عدم استعماله للعلامة التجارية كان بسبب ظروف تجارية خاصة أو طارئة، فان مؤدى ذلك وجوب الاعتماد على نص المادة 22 من قانون العلامات التجارية وإلغاء هذه العلامة وليس الاستناد على نص المادة 21 من قانون العلامات التجارية وبالتالي اعتبار هذه العلامة مشطوبة بحكم القانون خصوصاً وأن صاحب المصلحة في تقديم طلب لإلغاء العلامة التجارية قد تقدم بطلب مستوفي للشروط القانونية طالباً إلغاء العلامة وليس اعتبارها بحكم المشطوبة قانوناً، وذلك لأن قرار مسجل العلامات التجارية القاضي

باعتبار علامة "غمدان" مشطوبة حكماً يترتب عليه تفويت الفرصة على كل من له مصلحة في التمتع بحق تسجيل العلامة التجارية المطلوب ترقينها لعدم الاستعمال وإجباره دون مسوغ قانوني الانتظار لمدة سنة أخرى تبدأ من تاريخ الشطب.

وكان الأولى والمفروض على مسجل العلامات التجارية بخصوص هذه القضية التمسك بنص المادة 22 وإصدار قراره القاضي بإلغاء العلامة التجارية "غمدان" وتمكين المستأنفة من تسجيل هذه العلامة باسمها على الفور، وذلك أن النص الأولى بالتطبيق على وقائع هذه القضية كما أوضحتها المستانفة هو نص المادة 22 وليس نص المادة 21 من قانون العلامات التجارية وبالتالي كان الأوجب على المستانف ضده الأول إصدار قراره بإلغاء العلامة التجارية "غمدان" وليس اعتبارها حكماً مشطوبة، فهناك خيط رفيع بين شطب العلامة لعدم التجديد وشطبها أو إلغائها لعدم الاستعمال، يتضح مما يلي:

أن مناط تطبيق نص المادة 21 هو أن لا يقوم مالك العلامة التجارية بتقديم طلب لتجديد علامته التجارية المسجلة خلال مدة السنة الواحدة التي تبدأ من تاريخ انتهاء مدة تسجيل العلامة.

بينما مناط الاعتماد على نص المادة 22 من قانون العلامات التجارية هو أن لا يستعمل مالك العلامة التجارية المسجلة باسمه استعمالاً مستمراً وفعلياً وفقاً لما سبق لنا توضيحه"[1].

---

(1) انظر هذا القرار منشور لدى الزميلة الفاضلة ربا القليوبي، الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان سنة 1999، ولقد تأكد موقف القضاء الأدرني هذا في العديد من الاحكام الأخرى حيث جرى القضاء الأردني على الأخذ بهذا المعنى في تحديد المقصود باستعمال العلامة التجارية حيث قضت محكمة التمييز الأردنية بصورتها الجزائية في القرار رقم 1956/72 فصل 1956/1/1 المنشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1956 عدد 2 ص 485 ما مفاده " ان الفقرة الأولى من المادة 38 من قانون العلامات التجارية إنما تعاقب على استعمال علامة تجارية مسجلة وعلامة مقلدة لها على ذات الصنف من البضاعة التي سجلت العلامة من أجلها ولا تعاقب على مجرد استعمال العلامة بشكل اخر كاستعمالها على الوجه الأعلى لبضاعة من نفس الصنف".

الفرع الثالث: الجدة من حيث الأصناف والمنتجات

بالإضافة إلى وجوب اعتبار العلامة التجارية جديدة فيما يتعلق بمكان وزمان تسجيلها وفقاً لما تقدم ينبغي أيضاً اعتبارها جديدة فيما يتعلق بالمنتجات والأصناف والسلع المراد تسجيل العلامة التجارية عليها، ولتأكيد ذلك نصت المادة رقم 10/8 من قانون العلامات التجارية الأردني على عدم جواز تسجيل العلامة التي تطابق علامة تخص شخصاً آخر سبق تسجيلها لنفس البضائع التي يراد تسجيل العلامة من أجلها أو لصنف منها أو العلامة التي تشابه تلك العلامة إلى درجة تؤدي إلى غش الجمهور.

وحتى تسهل عملية تسجيل العلامات التجارية وتفريقها عن بعضها البعض، ترفق بطي كل قانون للعلامات التجارية أو للائحته التنفيذية قائمة تتضمن كافة السلع والمنتجات والأصناف مقسمة على 45 فئة وتضم كل فئة مجموعة معينة من الأصناف المتشابهة والمرتبطة ببعضها لتسهيل عملية تسجيل العلامة عليه.

ومعنى ما تقدم أن جدية العلامة تتعلق بالإضافة إلى مكان تسجيلها وزمانه بالأصناف المراد تسجيلها عليها، بحيث أن تسجيل العلامة على الفئة الخامسة مثلاً لا يمنع من تسجيل نفس العلامة على الفئة العشرين شريطة أن لا يكون هناك رابط بين الفئتين أو لا يؤدي مثل هذا التسجيل لنفس العلامة إلى وجود حالة من اللبس أو التضليل المنافسة غير المشروعة.

وعليه فان العلامة التجارية تعتبر جديدة حتى ولو تم تسجيلها من قبل شخص آخر فيما إذا كان المراد تسجيلها على فئة وأصناف أخرى غير تلك التي سبق تسجيلها عليها من قبل، وفي ذلك تقول محكمة العدل العليا الأردنية " حماية العلامة التجارية لا تتعدى المنتوجات التي نصت عليها شهادة تسجيل تلك العلامة فلا يمنع الغير من استخدام نفس العلامة لتمييز سلعة أخرى تختلف عنها ولا يجوز لمالك العلامة الاحتجاج بها إلا في مواجهة منافسين يمارسون تجارة أو صناعة من ذات النوع وذلك أن الغرض من

العلامة هو تمييز المنتجات ومنع الخلط بينها وبين منتجات مماثلة لها، لذلك فإن كون العلامة ـ الوردة المميزة باللون الزهري والأخضر ـ المسجلة لتمييز الطون والأسماك لا يمنع استعمال نفس العلامة لتمييز اللحوم المعلبة أو الخضار والفواكه المجففة، إذ أن المستهلك العادي يستطيع التمييز بين السمك والطون وبين اللحوم والخضار والفواكه المجففة حيث أن هناك اختلاف واضح بين هذه الأصناف مما يجعل أمر وقوع غش الجمهور منتفياً"[1]، وقضت في حكم آخر " استقر الاجتهاد على عدم منح الحماية إلا للعلامة التجارية التي سبق تسجيلها لنفس الصنف من البضاعة وعليه لا ترد الحماية على العلامة إن كان الاختلاف واضحاً بين نوع وصنف البضاعة ومادة التعبئة لانتفاء تضليل المستهلك أو تشجيع المنافسة غير المشروعة"[2].

وعليه يمكننا القول بان ما جرى به القضاء يبين بوضوح "عدم جواز تسجيل علامة تخص شخصاً آخر سبق تسجيلها النفس البضائع التي يراد تسجيل العلامة من أجلها أو لصنف منها أو العلامة التي تشابه تلك العلامة إلى درجة تؤدي إلى غش الجمهور"[3].

---

(1) القرار رقم 87/39 عدل عليا، منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين، السنة 36 ص 689 وما بعدها.

(2) القرار رقم 98/115 عدل عليا، منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين، لسنة 1998 ص 3971 وما بعدها، وبنفس المعنى انظر قرار عدل عليا رقم 1996/100 فصل تاريخ 1996/9/14 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1997 عدد 1 ص 2272 ، وكذلك قرارعدل عليا رقم 1996/84 فصل 1996/7/17 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1997 عدد 3 ص 656 ولقد سبق لنا الإشارة إلى مضمون هذا القرار في موضوع آخر من هذه الدراسة .

(3) القرار رقم 91/87 عدل عليا، منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين، لسنة 1992 ص 1543، وكذلك القرار رقم 1985/146 فصل 1985/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1987 عدد 4 ص 226 والذي جاء فيه " 2- لا يقبل طلب المستأنف عليها - التي تنتج الألبان فقط - اللاحق لطلب المستأنفة - التي تنتج الحليب ومنتجات الحليب والألبان - لتسجيل علامة تجارية كتابة باللغة العربية وصورة بقرة كاملة تشابه العلامة التجارية للمستأنفة عليها كتابة باللغتين العربية وبالفرنسية وصورة رأس بقرة . ما دام ان منطوق العلامتين في اللغة العربية في مجمله تشابه كبير يؤدي إلى غش الجمهور"وكذلك انظر القرار رقم 1988/171 فصل 1998/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1989 عدد 4 ص 932 والذي جاء فيه " 2- لا يوجد في قانون العلامات التجارية أي نص يشترط للاعتراض على علامة تجارية مطلوب تسجيلها في الأردن ، وان اجتهاد محكمة العدل العليا مستقر على انه يحق لصاحب علامة مسجلة في الخارج و مستعملة في الأردن ومعروفة فيه ان يعترض على =

المطلب الثاني: أن تكون العلامة التجارية مشروعة

ويقصد بمشروعية العلامة التجارية أن لا تكون هذه الأخيرة بوصفها وشكلها وعناصرها مخالفة للنظام العام[1] أو الآداب وأن لا يسبب تسجيلها أي مساس بالقانون، فأي علامة تجارية لا تخالف أحكام القانون ولا يؤدي تسجيلها إلى زعزعة النظام العام وخدش الآداب العامة[2]، لا يوجد ما يمنع من تسجيلها[3] إذا كانت متمتعة بباقي الشروط الواجب توافرها قبل البدء بالتسجيل.

ويتضمن القانون الأردني للعلامات التجارية وبقية القوانين ذات العلاقة بنداً يتضمن كشفاً بالعلامات التي يحظر تسجيلها وذلك لتمتعها بخصوصية معينة لا يجوز المساس بها أو التعرض لها.

حيث بين قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 المعدل بالقانون 34 لسنة 1999 وفي المادة الثامنة منه[4] العلامات المحظورة والممنوع استخدامها لتمييز البضائع والسلع ومختلف الخدمات والمنتجات وهذه العلامات هي:

= تسجيل علامة مطابقة لعلامته في الأردن إذا كان من شأن هذا التسجيل ان يؤدي إلى غش الجمهور أو تشجيع المنافسة غير المحقة لأحكام المادتين (14 ، 6/8) من قانون العلامات التجارية"، وبنفس المعنى انظر القرار رقم 1994/391 فصل 1995/3/11 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1995 عدد 4 ص 1847 والذي جاء فيه " ان المسائل التي لها تأثير في تقرير مسألة التشابه في العلامة التجارية هي الفكرة الأساسية التي تنطوي عليها العلامة التجارية ومظاهرها الرئيسية ونوع البضاعة والأشخاص المستهلكين للبضاعة وعليه فلا يجوز تسجيل العلامة التجارية إذا كان التشابه من شأنه غش الجمهور خلافا لما تقتضيه المادة (10/8) من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 التي حظرت تسجيل أي علامة تجارية تشابه علامة لأي شخص آخر تؤدي إلى غش الجمهور".

(1) يقصد بالنظام العام مجموعة المصالح العامة العليا للدولة سواء كانت اقتصادية او اجتماعية أو دينية أو سياسية ..الخ

(2) د. حسن كيرة، المدخل إلى علم القانون، ط5، ص42 وما بعدها وكذلك انظر، د. عباس الصراف بالاشتراك مع د. جورج حزبون، المدخل إلى علم القانون، ص30 وما بعدها.

(3) انظر القرار رقم 72/87 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 72، ص1467 وكذلك انظر القرار رقم 95/93 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 96، ص629 والقرار رقم 377 /95، عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 97، ص605.

(4) وتقابل هذه المادة على سبيل المثال المادة الثالثة من القانون رقم 37 لسنة 1992 المعدل بالقانون رقم 8 لسنة 2002 الإماراتي بشأن العلامات التجارية والتي تبين أنه لا يسجل كعلامة تجارية أو كعنصر منها ما يأتي: =

1- العلامات التي تشابه شعار جلالة الملك أو الشارات الملكية أو لفظة ملوكي أو أية ألفاظ أو حروف أو رسوم أخرى قد تؤدي إلى الاعتقاد أن الطالب (طالب تسجيل العلامة التجارية) يتمتع برعاية ملكية.

2- شعار أو أوسمة حكومة المملكة الأردنية الهاشمية أو الدول أو البلاد الأجنبية إلا بتفويض من المراجع المختصة.

3- العلامات التي تدل على صفة رسمية إلا إذا فرضت وضعها المراجع المختصة.

4- العلامات التي تشابه الراية الوطنية أو أعلام المملكة الأردنية الهاشمية العسكرية أو البحرية أو الأوسمة الفخرية أو شاراتها أو الأعلام الوطنية العسكرية أو البحرية.

1- العلامة الخالية من اية صفة أو طابع مميز أو العلامة المكونة من بيانات ليست إلا التسمية التي يطلقها العرف على البضائع والمنتجات والخدمات أو الرسوم المألوفة والصور العادية للبضائع والمنتجات.
2- أية علامة تخل بالآداب العامة أو تخالف النظام العام.
3- الشعارات العامة والأعلام وغيرها من الرموز الخاصة بالدولة أو المنظمات العربية أو الدولية أو إحدى مؤسساتها أو اية دولة أجنبية إلا تفويض منها وكذلك اي تقليد لتلك الشعارات أو الأعلام أو الرموز.
4- رموز الهلال الأحمر أو الصليب الأحمر وغيرها من الرموز الأخرى المشابهة وكذلك العلامات التي تكون تقليداً لها.
5- العلامات المماثلة أو المشابهة للرموز ذات الصبغة الدينية المحضة.
6- الأسماء الجغرافية إذا كان من شان استعمالها أن يحدث لبساً فيما يتعلق بمنشأ البضاعة أو المنتجات أو الخدمات أو مصدرها.
7- اسم الغير أو لقبه أو صورته أو شعاره ما لم يوافق هو أو ورثته مقدماً على استعماله.
8- البيانات الخاصة بدرجات الشرف التي لا يثبت طالب التسجيل استحقاقه لها قانوناً
9- العلامات التي من شانها أن تضلل الجمهور أو التي تتضمن بيانات كاذبة عن منشأ أو مصدر المنتجات أو الخدمات أو عن صفاتها الأخرى وكذلك العلامات التي تحتوي على اسم تجاري وهمي أو مقلد أو مزور.
10- العلامات المملوكة لأشخاص طبيعيين أو معنويين يكون التعامل معهم محظوراً.
11- العلامة التي ينشا عن تسجيلها لبعض فئات المنتجات أو الخدمات الحط من قيمة المنتجات او الخدمات الأخرى التي تميزها تلك العلامة.
12- العلامات التي تشمل الألفاظ أو العبارات الآتية (امتياز) أو (ذو امتياز) أو (مسجل) أو (رسم مسجل) أو (حقوق الطبع) أو (التقليد يعتبر تزويراً) أو ما شابه ذلك من الألفاظ والعبارات.

5- العلامات التي تشمل الألفاظ والعبارات التالية: "امتياز" "ذو امتياز" "ذو امتياز ملكي" "مسجل" "رسم صناعي" "حقوق طبع" "التقليد يعتبر تزويرا" أو ما شابه ذلك من الألفاظ والعبارات.

6- العلامات المخلة بالنظام العام أو الآداب العامة أو التي تؤدي إلى غش الجمهور أو العلامات التي تشجع المنافسة التجارية غير المحقة أو التي تدل على غير مصدرها الحقيقي.

7- العلامات المؤلفة من أرقام أو حروف أو الفاظ تستعمل عادة في التجارة لتمييز أنواع البضائع وأصنافها أو العلامات التي تصف نوع البضائع أو جنسها أو الكلمات التي تدل عادة على معنى جغرافي أو ألقاب إلا إذا برزت في شكل خاص.

8- العلامات التي تطابق أي شعار ذي صفة دينية بحتة أو تشابهه.

9- العلامات التي تحتوي على صورة شخص أو اسمه أو اسم محله التجاري أو اسم الشركة أو هيئته إلا برضى وموافقة ذلك الشخص أو تلك الهيئة.

10- العلامة التي تطابق علامة تخص شخصا آخر سبق تسجيلها لنفس البضائع التي يراد تسجيل العلامة من اجلها أو لصنف منها أو العلامة التي تشابه تلك العلامة إلى درجة قد تؤدي إلى غش الجمهور.

11- العلامات التي تطابق أو تشابه الهلال الأحمر أو الصليب الأحمر أو شارات الصليب الأحمر أو صليب جنيف.

أما الهدف من وراء عدم جواز تسجيل ما تقدم من علأمات فمرده ما تتمتع به هذه الأخيرة من خصوصية تمنع تسجيلها كعلامات تجارية لما في ذلك من تضليل وغش للجمهور ومساس للحقوق التي تحملها مثل هذه العلامات، وكذلك يمنع على الأفراد تسجيل العلامات السابقة حرصا على النظام العام والآداب وبالتالي التقليل ما أمكن

من مظاهر المنافسة التجارية غير المشروعة وإغلاق الباب أمام المتلاعبين بالمستهلكين[1].

ولقد تواتر الأحكام القضائية على التأكيد على عدم جواز تسجيل العلامات المحضورة حيث قررت محكمة العدل العليا الأردنية" من حق مسجل العلامات التجارية أن يرفض تسجيل العلامة المطلوب تسجيلها على اعتبار أن هذا التسجيل مخالف للنظام العام إذا كانت الشركة المستدعية طالبة تسجيل العلامة موضوع الدعوى هي من الشركات المحظور التعامل معها جزئياً بموجب قرار مؤتمر ضباط اتصال المكاتب الإقليمية لمقاطعة إسرائيل دون أن يغير من ذلك كون الصنف المطلوب تسجيل علامته ليس من الأصناف التي صدر قرار الحظر بسببها ما دام من الثابت أن الشركة طالبة التسجيل تتعامل مع إسرائيل في أصناف تجارية أخرى ومثل هذا التعامل محظور بمقتضى المادة الثانية من لقانون الموحد لمقاطعة إسرائيل رقم 10 لسنة 1958 ويتعارض مع النظام العام في المملكة سواء أكان جزئياً أم كلياً "[2]، وقضت أيضاً " لا يجوز تسجيل العلامات المخلة بالنظام العام أو الآداب العامة أو التي تؤدي إلى غش الجمهور عملاً بالمادة 6/8 من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952"[3] " لمسجل العلامات التجارية رفض تسجيل العلامات التجارية إذا كان لفظ العلامة يتنافى مع الأخلاق والآداب العامة عملاً بالفقرة السادسة من المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية"[4].

---

(1) انظر القرار رقم 53/4 عدل عليا والمنشور في مجلة نقابة المحامين للسنة الأولى عدد رقم 4، ص151 وكذلك انظر القرار رقم 59/73 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 1959، ص 139 والقرار رقم 78/31، عدل عليا، سنة 78، ص829 والقرار 68/75 عدل عليا، سنة 1969، ص 76 والقرار 69/8، سنة 69، ص104 والقرار 67/81، سنة 68، ص18 والقرار 52/46، سنة 52، ص99، والقرار 87/227 سنة 37 عدد6، ص913 والقرار 77/25 سنة 35، عدد 9و10، سنة 76، ص1403 والقرار رقم 75 /68، سنة 17، ص76 والقرار 84/163 لسنة 1985، ص402 وما بعدها والقرار 95/377 لسنة 1997، ص605 .

(2) قرار رقم 72/87 عدل عليا منشور سنة 1972 ص 1467.

(3) القرار رقم 95/93 منشور سنة 1996 ص 629.

(4) القرار رقم 95/377 منشور سنة 1997 ص 605.

المطلب الثالث: أن تكون العلامة التجارية مميزة

تنص المادة 7 /1 من قانون العلامات التجارية الأردني على " يشترط لتسجيل العلامة التجارية أن تكون ذات صفة فارقة من حيث الأسماء أو الحروف أو الأرقام أو الأشكال أو الألوان أو غير ذلك أو أي مجموعة منها وقابلة للإدراك عن طريق النظر "كما بينت نفس المادة في الفقرة 2 منها على أن " المقصود بلفظة (فارقة) أن العلامة التجارية موضوعة على شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس".

ويقصد بهذا الشرط وجوب أن تكون للعلامة التجارية صفة مميزة لها أيا كان شكلها، وذلك حتى تستطيع العلامة القيام بوظائفها السابق بيانها والمتمثلة في اعتبارها مناط تعيين وتحديد منشأ المنتجات والبضائع والخدمات، وكونها عامل من عوامل خلق ثقة المستهلك بالمنتج أو بالخدمة وطريقة من طرق الإعلان عن المنتجات وتسويقها ووسيلة من وسائل منع المنافسة غير المشروعة.

وحتى تكون هذه العلامة صحيحة ومعتبرة ومتمتعة بالحماية القانونية يجب أن تكون مميزة وذات صفة فارقة طبقاً لما جرى به قضاء محكمة العدل العليا في الأردن، حيث تأكد ذلك في القرار الصادر عن محكمة العدل العليا الأردنية الذي جاء فيه "يجب أن تكون العلامات التجارية التي من الممكن تسجيلها ذات صفة فارقة وعلى شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس"[1].

ولا يقصد من هذا الشرط أن تتخذ العلامة التجارية شكلا مبتكرا أو عملا فنيا جيدا، وإنما كل ما هو مقصود، هو تميز العلامة عن غيرها من العلامات التي توضع على نفس السلعة والبضائع والخدمات لمنع حصول اللبس أو الخلط لدى

(1) قرار عدل عليا رقم 88/49، ص 962، مجلة نقابة المحامين، وكذلك انظر بنفس المعنى القرار رقم 94/296 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 95، ص 1850.

المستهلكين وبالتالي الوقوع في الانخداع أو الغش، ويرجع إلى محكمة الموضوع تحديد فيما إذا كانت العلامة التجارية تتمتع بالصفة المميزة والفارقة من عدمه[1].

ويأخذ في تحديد فيما إذا كانت العلامة التجارية المراد تسجيلها ذات صفة فارقة من عدمه، مدة استعمال هذه العلامة، وطول المدى الذي جعل مثل هذا الاستعمال لتلك العلامة مميزا فعلا للبضائع المسجلة أو التي ينوي تسجيلها، إذ قد تبدأ العلامة التجارية مجردة من أية صفة فارقة ثم تستقر في أذهان جمهور المستهلكين عن طريق الاستعمال لفترة زمنية طويلة أو عن طريق أو الدعاية و الإعلان عن منتجات مستعملة فتصبح مثل هذه العلامة جديرة بالتسجيل والحماية القانونية.

هذه هي الشروط الواجب توافرها في العلامة التجارية المراد تسجيلها رسميا، يضاف إليها شرط رابعا ورد على سبيل التخيير[2] إلا أنه مهم، وهو سلطة المسجل وحقه في طلب ترجمة العلامة التجارية وكافة الأوراق المتعلقة بها إلى اللغة العربية[3] إذا كانت بلغة أجنبية حتى يتسنى له التأكد من توافر كافة الشروط والعناصر الواجب توافرها في العلامة التجارية المراد تسجيلها.

(1) بهذا المعنى، د.سميحة القليوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية، ص 232، 233.

(2) المادة 3 من نظام اللوحات والإعلانات في منطقة أمانة العاصمة رقم 57 لسنة 1984، قارن ما تقدم مع د. صلاح زين الدين، العلامة التجارية في القانون الأردني والمصري، ص41 حيث ينادي إلى جعل هذا الشرط إجباريا وذلك إبرازا لمكانة اللغة العربية واعتزازا بها !!.

(3) راجع د.محمود الشرقاوي، المرجع السابق، ص563 وما بعدها، حيث يرى أن الهدف من وراء هذا الشرط هو كتابة العلامة التجارية باللغة العربية بالإضافة إلى أن كتابتها باللغة العربية يؤدي إلى جعل هذه العلامة أكثر وضوحا.

المبحث الثاني
الشروط الشكلية للعلامات التجارية

وهي تلك الشروط المتعلقة بمن له الحق في تقديم طلب تسجيل العلامة التجارية وآلية هذا التسجيل والجهة المختصة والمنازعات المتعلقة بالتسجيل والقرارات المنبثقة عن طلب التسجيل ومآلها.

المطلب الأول: صاحب الحق في طلب تسجيل العلامة التجارية

بين قانون العلامات التجارية الأردني في المادة (11) منه على أن، كل من يدعي انه صاحب علامة تجارية استعملت أو في النية استعمالها ويرغب في تسجيل تلك العلامة، عليه أن يقدم طلبا خطيا إلى المسجل وفقا للأصول المرعية.

كما بين نفس القانون في المادة (6)، أن كل من يرغب في أن يستقل في استعمال علامة تجارية لتمييز البضائع التي هي من إنتاجه أو صنعه أو انتخابه أو مما أصدر شهادة بها أو البضائع التي يتجر أو التي ينوي الاتجار بها يمكنه أن يطلب تسجيل تلك العلامة وفقا لأحكام هذا القانون[1].

---

(1) ويختلف موقف المشرع الأردني المتقدم شرحه في المتن عن موقف بعض المشرعين العرب كالمشرع الإماراتي الذي نراه فنراه مختلفاً نوعاً ما من ناحية حصر الأشخاص الذين يحق لهم تسجيل العلامات التجارية في فئات التجار والصناع ومقدمو الخدمات، حيث بينت المادة رقم 6 من قانون العلامات التجارية الإماراتي أنه يجوز للأشخاص التالي ذكرهم الحق في تسجيل علاماتهم التجارية:

1- مواطنو الدولة من الأشخاص الطبيعيين او الاعتباريين الذين يزاولون أي عمل من الأعمال التجارية أو الصناعية أو الحرفية أو الخدمية.
2- الأجانب من الأشخاص الطبيعيين أو الاعتباريين الذين يزاولون أي عمل من الأعمال التجارية أو الصناعية أو الحرفية أو الخدمية في الدولة.
3- الأجانب من الأشخاص الطبيعيين أو الاعتباريين الذين يزاولون أي عمل من الأعمال التجارية أو الصناعة أو الحرفية أو الخدمية في أي دولة من الدول التي تعامل الدولة معاملة المثل.
4- الأشخاص الاعتبارية العامة.

على ضوء ما تقدم، يحق لكل من يستعمل العلامة التجارية أو ينوي استعمالها - سواء كان شخصاً طبيعياً أو معنوياً - أن يتقدم بطلب تسجيلها لدى المسجل وفقاً للأصول، شريطة أن يكون يزاول أي عمل من الأعمال التجارية أو الصناعية أو الخدمية أو الحرفية ما لم يكن من قبيل الأشخاص الاعتبارية العامة (الدولة ومؤسساتها والهيئات الحكومية...).

وفي سبيل المقارنة بين كلا الموقفين نقرر أن المشرع الأردني وان كان لم ينص صراحة على حصر من لهم الحق في تقديم طلبات لتسجيل العلامات التجارية في فئة معينة من الفئات إلا أننا نرى أن نيته ومقاصده قد اتجهت نحو ذلك حتى ولو على استحياء حيث بدلاً من ذكر فئات اصحاب الحق في تسجيل العلامات التجارية اختصر الطريق عليه وقرر ان كل من له مصلحة قانونية (صفة) في تسجيل علامة تجارية أن يتقدم بطلب لتسجيلها إلى الجهات المختصة.

وبالتالي نرى أن المشرع الأردني بطريقة أو بأخرى متفقاً مع موقف المشرع الإماراتي الذي نرى أنفسنا مؤيدون لموقفه وذلك لأن العبرة في تسجيل العلامة التجارية هو تمييز منتج أو خدمة أو سلعة معينة عن مثيلاتها وحماية المستهلك وبالتالي اشترط القانون على طالب التسجيل أن يكون منتج أو صانع أو مقدم خدمة أو حرفة معينة وذلك تحقيقاً للغاية المرجوة من العلامة التجارية كأداة لتمييز المنتجات وحماية المستهلكين وتجنيبهم الوقوع في اللبس والتضليل.

وعلى ضوء ما تقدم يمكننا التأكيد على أن المستقر عليه عملاً هو عدم جواز تقديم طلب لتسجيل علامة تجارية معينة من قبل فرد معين ما لم يكن هذا الأخير تاجراً أو صانعاً أو مقدم خدمة أو صاحب حرفة معينة..) سواء كان من مواطني الدولة أو من الأجانب.

فإذا ما انتهينا من تحديد من له الحق في تقديم طلب لتسجيل العلامات التجارية نقرر أنه يستوي بعدئذ أن يتم تقديم هذا الطلب من قبل أصحاب الحق في ذلك بأنفسهم أو عن طريق ممثلهم القانوني سواء كان مكتب تسجيل علامات تجارية أو مكتب محاماة واستشارات قانونية.

وعليه فان كل صاحب مصلحة قانونية في تسجيل العلامة التجارية له الحق في طلب تسجيلها لدى المراجع المختصة، ويستوي في ذلك تقديم الطلب من مالك العلامة نفسه أو من ممثله القانوني أو محاميه[1].

المطلب الثاني: آلية تسجيل العلامات التجارية

إذا تقدم مالك العلامة التجارية أو ممثله أو محاميه بطلب تسجيل علامة تجارية للموظف المسؤول (المسجل) وفقاً لأحكام القانون ومرفق بطيه المستندات والوثائق المطلوبة[2] جاز لهذا الأخير أن يقبل الطلب دون قيد أو شرط وان يقوم بتسجيل العلامة التجارية إذا وجد أنها مستوفية للشروط القانونية المطلوبة، كما له أيضا أن يقوم بتسجيل العلامة التجارية مع إضافة بعض التعديلات والإضافات أو التحويرات في نفس العلامة أو في طريقة استعمالها أو في مكان استعمالها.

---

(1) ولا يشترط القانون وجود مصلحة مباشرة للمعترض على طلب تسجيل العلامة التجارية حيث أن الغاية المرجوة من الاعتراض هي منع أية صورة من صور الغش أو التضليل أو الخداع، انظر تطبيقا لذلك القرار رقم 73/4 عدل عليا، المبادئ القانونية لمحكمة العدل العليا، ج2، ص712 وما بعدها للزميل المحامي محمد خلاد وكذلك انظر القرار 84 / 96 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 97، ص656 .والقرار رقم 69/8 عدل عليا / مجلة نقابة المحامين، السنة 14، ص462 والقرار رقم 66/ 65 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 65، ص1313 والقرار رقم 87/39 عدل عليا / مجلة نقابة المحامين، سنة 88، ص689والقرار رقم 40 / 73 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 73، ص1205 والقرار رقم 452 /97 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 98، ص3993

(2) وفقاً لأحكام الأردني يجب أن يرفق بطلب تسجيل العلامة التجارية المستندات والمرفقات التالية:

1- عدد 4 من العلامة التجارية المراد تسجيلها على أن تكون مطبوعة على ورق ذاتي اللصق.
2- صورة عن الوكالة المعطاة الى المحامي أو مكتب التسجيل من قبل مالك العلامة المراد تسجيلها.
3- صورة عن شهادة تسجيل الشركة أو طالب التسجيل إذا كان شركة أو مؤسسة.

وله أخيرا، أن يرفض هذا الطلب مؤسسا رفضه على أسباب سائغة، كأن تكون العلامة المنوي تسجيلها مسجلة من قبل باسم شخص أخر أو أنها تخص نفس الصنف المسجل به علامة تجارية سابقة، وسواء كان قرار المسجل بالقبول أو بالرفض أو بالقبول المشروط، فان عليه الإعلان عنه حتى يتمكن كل من له مصلحة في الاعتراض على قرار المسجل مهما كان المباشرة بذلك.

فإذا كان قرار المسجل هو قبول تسجيل العلامة التجارية وجب عليه الإعلان عن ذلك، حتى يتمكن من له مصلحة في عدم تسجيل العلامة من الاعتراض[1] على قبول تسجيل هذه العلامة، حيث أعطى القانون لكل شخص حق الاعتراض لدى مسجل العلامات التجارية على تسجيل العلامة خلال ثلاثة أشهر من تاريخ إعلان عن تقديم طلب لتسجيل العلامة التجارية[2].

ويقدم الاعتراض للمسجل كتابيا ومتضمنا للأسباب الداعية لعدم التسجيل، فيقوم المسجل تبليغ مقدم طلب التسجيل نسخة عن لائحة الاعتراض[3] الذي بدوره عليه

---

(1) ولا يشترط القانون وجود مصلحة مباشرة للمعترض على طلب تسجيل العلامة التجارية حيث أن الغاية المرجوة من الاعتراض هي منع أية صورة من صور الغش أو التضليل أو الخداع، انظر تطبيقا لذلك القرار رقم 73/4 عدل عليا، المبادئ القانونية لمحكمة العدل العليا، ج2، ص712 وما بعدها للزميل المحامي محمد خلاد وكذلك انظر القرار 84 / 96 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 97، ص656 .والقرار رقم 69/8 عدل عليا / مجلة نقابة المحامين، السنة 14، ص462 والقرار رقم 66/ 65 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 65، ص1313 والقرار رقم 87/39 عدل عليا / مجلة نقابة المحامين، سنة 88، ص689والقرار رقم 73/40 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 73، ص1205 والقرار رقم 452 /97 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 98، ص3993.

(2) انظر القرار رقم 61/63 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين،سنة 61 ص1310 وكذلك القرار رقم 95/412 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين /سنة 97، ص617 وكذلك القرار رقم 84/ 96 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 97، ص623.

(3) انظر القرار رقم 55/1 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 55،ص4 وكذلك القرار رقم 95/412 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين،سنة 97 ص617 وكذلك القرار رقم 416 / 95 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 97 ص623 .

أن يجاوب على هذه اللائحة بواسطة لائحة جوابية ترسل إلى المسجل، وإلا اعتبر متنازلا عن طلبه المقدم لتسجيل العلامة التجارية[1].

فإذا أرسل طالب التسجيل لائحته الجوابية للمسجل كان على هذا الأخير تبليغ المعترض أو المعترضين حسب عددهم، نسخا عن لائحته الجوابية هذه، وبعد تمحيص كافة المستندات والبيانات المقدمة من طالب التسجيل والمعترضين على التسجيل، يفصل المسجل في هذا الاعتراض سواء برده وتسجيل العلامة، أو بقبوله والامتناع عن التسجيل، مع احتفاظ كل من طالب التسجيل والمعترض بحقهم بالطعن في قرار المسجل النهائي لدى محكمة العدل العليا[2] خلال عشرون يوما من تاريخ قرار المسجل أو من تاريخ تبليغه، والتي إذا ما وصلت إليها لائحة استئناف متعلقة بقرار مسجل العلامات التجارية كان عليها الفصل في هذا النزاع وتصدر قرارها القاضي إما بالتسجيل وإما برفض ذلك وقرارها هذا بالطبع يكون قطعيا.

أما إذا كان قرار المسجل برفض لتسجيل العلامة التجارية، فان لمقدم الطلب الحق في استئناف هذا القرار لدى محكمة العدل العليا التي يكون لها مطلق الحرية في طلب إجراء بعض التعديلات أو التحويرات قبل تسجيل العلامة أو تأييد المسجل فيما ذهب إليه من عدم تسجيل العلامة التجارية بناء على أسباب سائغة.

إعلان طلب تسجيل العلامة التجارية:

إذا قبل المسجل طلب تسجيل العلامة التجارية سواء كان قبوله لتسجيلها مشروطا أو دون قيود أو شروط فان عليه إعلان طلب التسجيل بالشكل الذي قبله دون

(1) انظر القرار رقم 85/30 عدل عليا، الصادر بتاريخ 1985/4/23 وكذلك انظر القرار رقم 412 /95 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 97، ص617.

(2) انظر القرار رقم 65/111 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 66 ص911.

تأخير على أن يتضمن الإعلان كافة الشروط والقيود التي قبل المسجل تسجيل العلامة التجارية بموجبها إذا كان قبوله مشروطا[1].

وعليه فان المسجل عندما يقدم إليه طلب تسجيل علامة تجارية ولم يقدم عليها أي اعتراض خلال المدة القانونية (ثلاثة أشهر)، أو إذا قدم عليها اعتراض وفصل فيه برده، كان عليه أن يسجل العلامة التجارية بعد قيام مقدم الطلب بدفع الرسوم القانونية على أن يتم تسجيل العلامة من تاريخ التقدم بالطلب لا من تاريخ الفصل في النزاع.

ويترتب على تسجيل العلامة التجارية إصدار شهادة بذلك لمقدم الطلب تتضمن فيه حقوقا على العلامة التجارية المسجلة لمدة عشر سنوات تبدأ من تاريخ تسجيلها، تتجدد بناءا على طلب مقدم من صاحب العلامة التجارية المسجلة يتضمن رغبته في ذلك للمدد أخرى تسري من تاريخ انتهاء مدة التسجيل الأولى.

منازعات التسجيل:

قد يثور أمام المسجل لدى قيامه بتسجيل العلامة التجارية بعض المنازعات المتعلقة بعملية التسجيل ذاتها، إذ قد يطلب عدة أشخاص في آن واحد تسجيل علامات تجارية متماثلة أو قريبة الشبه لبعضها البعض ومتعلقة بنفس البضائع أو الصنف، وهنا يجوز للمسجل أن يرفض تسجيل أية علامة من تلك العلامات باسم شخص من هؤلاء الطالبين إلا بعد أن تسوى حقوقهم إما بالاتفاق وموافقة المسجل على ذلك، وإما بالقضاء ممثلا بمحكمة العدل العليا التي عليها الفصل في صورة هذا النزاع من منازعات التسجيل.

ومن ناحية ثانية، قد يستعمل شخص بطريقة غير مشروعة علامة تجارية يستعملها شخص آخر، يجوز للمسجل أن يستصوب تسجيل نفس العلامة باسم أكثر

(1) راجع قرار عدل عليا رقم 80/43، مجلة نقابة المحامين، سنة 81 ص 14 وما بعدها، وكذلك انظر القرار رقم 79/ 87 مجلة نقابة المحامين، سنة 88، ص1492.

من شخص واحد معتمدا على القيود أو الشروط المتعلقة بطريقة استعمال أو مكان استعمال العلامة الواحدة والمستعملة من قبل أكثر من شخص مع إعطاء الحق للمتضرر من ذلك استئناف قراره هذا لدى محكمة العدل العليا خلال ثلاثين يوما من تاريخ صدور قرار القاضي بتسجيل نفس العلامة باسم أكثر من شخص واحد[1].

ومن ناحية ثالثة، قد يتقدم أي شخص ذو مصلحة قانونية بطلب إلى المسجل يتضمن إلغاء تسجيل علامة تجارية بناء على انه لا توجد نية صادقة لدى طالب تسجيل تلك العلامة في استعمالها أو أنها لم تستعمل استعمالا حقيقيا خلال السنتين التاليتين لتاريخ تقديم طلب التسجيل ما لم يكن عدم الاستعمال عائداً إلى وجود أحوال تجارية خاصة وليس إلى وجود نية ترمي إلى عدم استعمال تلك العلامة او التخلي عنها فيما يتعلق بالبضائع التي سجلت من أجلها، وهنا يجوز للمسجل أن يحيل مثل هذه المنازعة إلى محكمة العدل العليا لتفصل فيه أو أن يسمع كلا طرفي المنازعة والفصل فيه بنفسه على أن يكون قراره الصادر في هذه المنازعة قابلا للاستئناف لدى محكمة العدل العليا، على انه يجوز لطالب إلغاء العلامة التجارية أن يتقدم بطلبه المتضمن الإلغاء إلى محكمة العدل العليا مباشرة بدل تقديمه أمام المسجل[2].

---

(1) انظر القرار رقم 332 / 1995 فصل 1996/1/30 منشور في مجلة نقابة المحامين الأرنيين لسنة 1996 عدد 4 ص656 والذي جاء فيه " خول مسجل العلامات التجارية سلطة تقديرية لتسجيل علامة تجارية باسم اكثر من شخص عند استعمالها بطريق المزاحمة الشريفة أو إذا وجدت أحوال خاصة أخرى يستصوبها المسجل وذلك طبقا للمادة (18) من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 . وعليه وبما ان العلامة التجارية المطلوب تسجيلها تتطابق لفظا وكتابة وشكلا والعلامة التجارية المسجلة باسم شركة أخرى وكون هذا التطابق يؤدي إلى غش الجمهور حيث ان العلامة تستعمل على بضائع من نفس النوع فيكون بالتالي قرار مسجل العلامات بعدم الموافقة على طلب تسجيل العلامة باسم الشركة المستأنفة متفقا وأحكام القانون ولا يرد الاحتجاج بموافقة صاحب العلامة التجارية لان هذه الموافقة غير ملزمة لمسجل العلامات التجارية .

(2) انظر قرار رقم 242 /1996 فصل 1997/3/9 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1997 عدد 1 ص4184 والذي جاء في فقرته الثانية انه " 2- يستفاد من نص المادة (1/22) من قانون العلامات التجارية بأنه يجوز لأي شخص ذي مصلحة ان يطلب إلغاء تسجيل أي علامة تجارية بانيا طلبه ذاك على انه لم يكن ثمة نية صادقة لاستعمال تلك العلامة للبضائع التي سجلت من اجلها وأنها في الواقع لم تستعمل استعمالا حقيقيا فيما يتعلق بتلك البضائع ، أو بناء على ان تلك العلامة لم تستعمل بالفعل خلال السنتين التاليتين لتقديم الطلب ، إلا إذا ثبت في كل
=

تعديل العلامة التجارية بعد تسجيلها:

يحق لصاحب العلامة التجارية المسجلة أن يقدم للمسجل طلبا يتضمن رغبته في إجراء تعديل بالإضافة أو الحذف أو التغيير، دون أن يؤدي هذا التعديل أو تلك التغييرات إلى المساس بجوهر العلامة التجارية المسجلة وتكون للمسجل هنا سلطة تقديرية وجوازيه في إجابة هذا الطلب من عدمه، فله أن يرخص لصاحب العلامة التجارية المسجلة إجراء التعديل أو التغيير الذي يريده دون أن يؤثر ذلك على ذاتية هذه العلامة، وله بنفس الوقت الحق في رفض هذا الطلب وفي كلا الحالتين يكون قراره خاضعا للاستئناف أمام محكمة العدل العليا.

نتائج التسجيل:

يترتب على تسجيل العلامة التجارية باسم مقدم الطلب رسميا، بدء الحماية القانونية للعلامة التجارية واعتبار هذا الأخير مالكا للعلامة التجارية المسجلة وبالتالي يكون له حق استعمالها واستغلالها والتصرف فيها.

أما الحماية القانونية فتبدأ فور الإعلان عن تسجيل العلامة التجارية رسميا والحصول على الشهادة الرسمية بذلك، ولهذه الحماية شقين:

شق جزائي، حيث يصبح التعدي أو الاعتداء أو التعرض للعلامة التجارية المسجلة رسميا أفعال تشكل جرم معاقب عليه في القانون الأردني[1] وكذلك في معظم

=

حالة من هاتين الحالتين ان عدم استعمال تلك العلامة يرجع إلى وجود أحوال تجارية خاصة وليس إلى وجود نية ترمي إلى عدم استعمال تلك العلامة المذكورة أو التخلي عنها فيما يتعلق بالبضائع التي سجلت من اجلها ، وعليه وحيث ان المستانف عليها لم تتخل عن العلامة المسجلة باسمها حيث أنها تقوم بتجديدها ودفع الرسوم عنها باستمرار وبما ان حصر استيراد السجائر الأجنبية بوزارة التموين بموجب المادة (12/ب) من نظام الاستيراد رقم 78 لسنة 1976 يعتبر من الأحوال التجارية الخاصة التي تحول دون استعمال المستأنف عليها للعلامة التجارية فيكون بالتالي قرار مسجل العلامات التجارية باسم المستأنف عليها متفقا والقانون .

(1) انظر المادة رقم 38 من قانون العلامات التجارية الأردنية والتي تنص على " 1- يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر ولا تتجاوز سنة واحدة أو بغرامة لا تقل عن مائة دينار ولا تتجاوز ثلاثة آلاف دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين كل من ارتكب بقصد الغش فعلا من الأفعال التالية :أ- زور علامة تجارية مسجلة وفقا لأحكام هذا القانون، أو

=

التشريعات المختلفة[1]، كما يعتبر ربط الحماية الجزائية للعلامة التجارية بشرط تسجيلها رسميا من بين الأمور المستقرة عليها قضاء المحاكم الأردنية [2].

شق مدني، تتمثل في إمكانية قيام صاحب العلامة التجارية المعتدى عليها بالادعاء بالحق الشخصي وطلب التعويض وفقا للقواعد العامة في المسؤولية عن الفعل الضار، ولقد كان القانون الأردني للعلامات التجارية قبل تعديله سنة 1999 يحصر الحماية المدنية للعلامة التجارية في تلك العلامات غير المسجلة فقط، أما بعد تعديل بعض نصوص هذا القانون أصبحت الحماية المدنية تشمل العلامات المسجلة وغير المسجلة على حد سواء، والمقصود بالعلامات غير المسجلة هي تلك العلامات التي فاقت شهرتها حدود بلدها الأصلي وذاع صيتها عالميا[3]، فأصبحت شهرتها العالمية بديلا عن إجراءات تسجيلها وبالتالي أصبحت تتمتع داخل الدول التي أشتهرت داخلها بنفس الحماية التي تتمتع بها العلامات المسجلة.

وأما فيما يتعلق بملكية العلامة التجارية، فلقد اعترف المشرع الأردني بحق اكتساب العلامة التجارية لمن سبق له استعمالها، وهذا يعني أن ملكية العلامة التجارية كانت تعطى لمن له سبق استعمالها بغض النظر عن قيامه بتسجيلها من عدمه، ومع أن هذا السلوك كان متبعا في معظم التشريعات المختلفة إلا أن النظرة إلى

قلدها بطريقة تؤدي ألوان تضليل الجمهور، أو وسم داخل المملكة علامة تجارية مزورة أو مقلدة على ذات الصنف من البضائع التي سجلت العلامة التجارية من اجلها ....".

(1) انظر:

Major Provisions of Trademark legislation in selected countries ,WIPO,Geneva,1997,p4.

(2) انظر القرار رقم 56/72 الصادر عن محكمة التمييز الأردنية بصفتها الجزائية، المنشور في مجلة نقابة المحامين، ص485 سنة 1956، وكذلك القرار رقم 58/72 الصادر عن محكمة التمييز الأردنية بصفتها الجزائية، مجلة نقابة المحامين، ص 485 سنة 1956 .

(3) لمزيد من التعمق، انظر للباحث، العلامات التجارية المشهورة، نعمة أم نقمة، بحث منشور في مجلة حماية الملكية الفكرية، عدد سنة55 لسنة 1998.

مدى اثر التسجيل الرسمي للعلامة التجارية على تملكها يتنازعها حاليا ثلاثة اتجاهات[1]:

الاتجاه الأول: النظام الفرنسي

يرى أن للتسجيل الرسمي للعلامة التجارية اثر مقررا لملكيتها، حيث أن التسجيل بالنسبة لأصحاب هذا الاتجاه لا يكون سببا في نشوء الحق في تملك العلامة، وإنما يكون مقرر ومؤكد لهذا الحق فقط، أو كما كان يعبر عنه المشرع الأردني في المادة 29 من قانون العلامات التجارية " يعتبر تسجيل شخص مالكا لعلامة تجارية مقدمة بينة على قانونية التسجيل الأصلي لتلك العلامة... "، وهذا يعني أن حق الاستعمال والاستغلال والتصرف بالعلامة التجارية لا تنشئ إلا بعد تسجيلها رسميا.

ويستفاد من نص المادة السابق، أن القانون الأردني يعتبر شهادة تسجيل العلامة التجارية مجرد إرهاصات إثبات أو بمعنى آخر لا تعتبر الشهادة الرسمية المتضمنة تسجيل العلامة التجارية إلا قرينة على ثبوت حق تملك الشخص المسجلة باسمه لها، وهذه القرينة من القرائن البسيطة الجائز إثبات عكسها، ولهذا نرى أن الشهادة الرسمية بتسجيل العلامة التجارية لا تحول دون استعمالها من قبل تسجيلها وثبوت حق من استعمالها بالمطالبة بحقه فيها عن طريق دعوى الإلغاء أو الشطب ـ كما سبق ورأينا ـ فالحق في تملك العلامة التجارية وفقا لهذا الاتجاه يكون للأسبق في استعمالها وليس للأسبق في تسجيلها[2].

وهناك العديد من دول العالم تأخذ بهذا الاتجاه ومنها تونس وبلجيكا وهولندا وفرنسا نظرا لما يحققه هذا الاتجاه من مزايا تتمثل في كونه يحمي صاحب العلامة التجارية خلال فترة استعماله لها والمتراخي في تسجيلها من إمكانية اعتداء الغير عليها أو اغتصابها منه، وبالتالي يحقق له هذا الاتجاه الراحة والاطمئنان.

---

(1) د. مصطفى كمال طه، المرجع السابق، ص 318 وما بعدها وكذلك، انظر د. محمد حسني عباس، المرجع السابق، ص338 وما بعدها.

(2) د. صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص312.

أما أشد عيوب هذا الاتجاه، فهي انه يعجز تماما عن معرفة من له سبق استعمال العلامة في حالة وجود نزاع على ملكيتها، كما انه يجعل المهمل يستفيد من إهماله، على اعتبار أن صاحب العلامة المتقاعس عن تسجيلها يعتبر مهملا وبالتالي يجب أن لا يستفيد من إهماله.

الاتجاه الثاني: النظام الألماني

ويرى أن لتسجيل العلامة التجارية أثر منشئا للحق في تملك العلامة، بمعنى أن تسجيل العلامة لوحده يعتبر سببا كافيا لتملك العلامة التجارية، وفي هذه الحالة لا تكون العلامة التجارية مملوكة لمن سبق له استعمالها بل لمن كان له السبق في تسجيلها رسميا.

ويعمل بهذا الاتجاه في كل من ألمانيا ولبنان والأرجنتين وروسيا الاتحادية، والسير على هدى هذا الاتجاه يؤدي إلى تجنب الوقوع في مساوئ الاتجاه الأول إلا انه يوقعنا في محاذير أخرى، تتمثل في كونه قد يؤدي إلى تفويت الفرصة عن صاحب العلامة التجارية الذي قد تمنعه ظروف قاهرة من تسجيل علامته التجارية ومصدر رزقه وشهرته، من الاستفادة من ملكيته للعلامة وبالتالي قد يعتبر هذا الاتجاه سببا في فقدان التاجر أو المنتج أو مقدم الخدمة لثروته المالية وشهرته التجارية.

الاتجاه الثالث: النظام الإنجليزي

ويرى أصحابه أن لتسجيل العلامة التجارية اثر منشئ إلا انه مؤجلا لحق تملك العلامة، بمعنى أن تسجيل العلامة التجارية يكون في البداية ذو اثر مقررا للحق في تملك العلامة، ثم سرعان ما ينقلب هذا الأثر المقرر إلى اثر منشئ لنفس الحق في تملك هذه العلامة إذا لم يعكر صفو هذه الملكية اعتراض أو منازعة في تسجيل العلامة.

وتأخذ المملكة المتحدة بهذا الاتجاه لدرجة انه عرف بالنظام الإنجليزي، ولقد وجد لتفادي مساوئ وعيوب كل من الاتجاه الأول (النظام الفرنسي) والاتجاه الثاني (النظام الألماني) ولهذا كان لهذا النظام الوسطي صداً واسعاً لدى العديد من الدول[1].

---

(1) ومن بين الدول التي تأخذ بهذا النظام كل من مصر و السعودية وسوريا وأمريكا وإيطاليا واليابان.

وعلى الرغم من شيوع هذا الاتجاه في العديد من دول العالم، إلا انه لم يخلو من عيوب، إذ مجرد القول بان اثر تسجيل العلامة التجارية يكون في بدايته أثراً مقرراً لملكيتها ثم سرعان ما ينقلب إلى اثر منشئ للحق في تملك هذه العلامة، قول فيه شطط وجنوح عن جادة الصواب، حيث من الثابت قانونا أن تسجيل العلامة التجارية إما أن يكون ذو اثر مقرر لملكيتها وإما أن يكون ذو اثر منشئ للحق في تملكها، أما أن يكون للتسجيل كلا الأثرين فقول لا يتفق وأبجديات القانون.

وفي مجال الترجيح بين الاتجاهات السابقة، أرى أن الاتجاه الأول والذي اتبعه المشرع الأردني مؤيدا باجتهاد قضائي متواتر ومستقر[1] فيه بعض المزايا إلا انه لا يرقى إلى مستوى الاتجاه الثاني الذي أراه الأولى بالاعتداد والإتباع كونه يتفق والمبادئ العامة للقانون الذي يجب أن لا تحتمل قواعده أكثر من تأويل، كما انه مدعاة لاستقرار المراكز وإقامة التوازن بين الأفراد، كما انه مدعاة أيضا ليقوم كل صاحب حق بالحفاظ على حقه وعدم التكاسل في حمايته، وكذلك كونه لا يقدم للمهمل مكافأة على إهماله، فكل صاحب علامة تجارية الأحرى به أن يقوم بتسجيلها وان لا يعتمد على كونه أول من استعملها، والقول بان هذا الاتجاه الذي نؤيده قد يكون مدعاة لهدر وضياع حقوق صاحب العلامة الذي قد يسهو عن القيام بتسجيل علامته وبالتالي قد يسبقه شخص آخر في تسجيلها وبالتالي صيرورتها لهذا الأخير، فهو قول ينقصه الدقة، إذ ما هي تلك الظروف التي قد تجعل صاحب الحق يسهو عن طلب حماية حقه وتوثيقه؟؟!

(1) القرار 71/26 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، ص1172 عدد 11و12 للسنة 19 وكذلك القرار 41/ 73 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، ص1299 سنة 1973 وكذلك القرار 94/79 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، ص67 سنة 1995.

وبعد أن أوضحنا الآثار المترتبة على عملية تسجيل العلامة التجارية، كونها تؤدي إلى بدأ الحماية القانونية بشقيها المدني والجنائي وكذلك كونها تؤدي إلى إعطاء صاحبها الحق في تملكها، بقي علينا أن نوضح بإيجاز المقصود بملكية العلامة التجارية.

إن المقصود بملكية العلامة التجارية هي إمكانية مالكها من استغلالها واستعمالها والتصرف فيها تصرفا مانعا جامعا لا نزاع فيه، حيث تثبت تلك الحقوق لمن سجلت العلامة التجارية باسمه، فيكون له الحق في استعمال هذه العلامة لتمييز منتجاته أو سلعه أو خدماته عن غيرها، كما يكون له الحق في الدفاع عنها ودفع أي اعتداء عليها من الغير المتمثل بقيام هذا الأخير بتسجيل علامة تجارية تشبه إلى حد كبير علامته ويؤدي تسجيلها إلى غش الجمهور والتقليل من شأن علامته، كما يكون له الحق في منح ترخيص باستعمال علامته التجارية[1].

وحق استعمال العلامة التجارية من قبل مالكها وكذلك حق هذا الأخير بالدفاع عنها واستغلالها يتميز عن باقي أنواع الحقوق كونه حق نسبي أولا وحق دائم ثانيا، أما كونه نسبي فلأنه لا يستطيع التمسك به إلا بمواجهة أقرانه في نفس المهنة التجارية أو الصناعية أو الخدماتية.

وأما كونه دائم فلأن القانون أعطى لمالك العلامة التجارية حق الاحتفاظ بها إلى مالا نهاية عن طريق تجديدها كلما انتهت مدة تسجيلها.

هذا فيما يتعلق في كل من استعمال واستغلال العلامة التجارية، أما عن حق التصرف بالعلامة التجارية، فقد كانت المادة 1/19 من قانون العلامات التجارية الأردني تنص على "انه يجوز تحويل العلامة التجارية ونقلها بعد تسجيلها مع اسم وشهرة

---

(1) لمزيد من التعمق انظر /د. حسام الدين عبد الغني الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، 1993، ص38 وما بعدها.

المحل التجاري المختص بالبضائع التي سجلت العلامة بشأنها وتنتهي بزوال ذلك المحل وشهرته".

ومعنى ما تقدم أن القانون الأردني كان يربط بين العلامة التجارية والمحل التجاري ارتباطا وثيقا لا انفكاك لأحدهما عن الآخر في مجال التصرف، فإذا وجد المحل التجاري والشهرة التجارية وكانت هناك علامة تجارية يراد التصرف فيها، فان ذلك لا يتم إلا من خلال التصرف بالمحل التجاري نفسه، إذ لا يجوز أبدا التصرف بالعلامة التجارية بصورة مستقلة عن المحل التجاري.

والقانون الأردني بهذا السلوك كان يتفق مع غيره من القوانين العربية الأخرى كالقانون المصري تمام الاتفاق بخصوص هذه النقطة[1]، وإن كان يخالفه في عدم النص صراحة على أشكال التصرف بالعلامة التجارية، حيث جاء النص المصري أكثر وضوحا وصراحة من النص الأردني القديم (المعدل) بالنسبة لصور التصرف بالعلامة التجارية. إذ جاء النص المصري معددا لصور وأشكال التصرف فقال "لا يجوز نقل ملكية العلامة أو رهنها أو الحجز عليها إلا مع المحل التجاري.. ".

خلاصة القول إذن، أن المشرع الأردني كان يربط التصرف بالعلامة التجارية بالتصرف بالمحل التجاري أو الشهرة التجارية بحيث لا يجوز التصرف فيها منفردة، إلا انه ومع قيام المشرع الأردني بتعديل قانون العلامات التجارية سرعان ما عدل من سلوكه ليصبح موافقا وموقف الاتفاقيات الدولية المعالجة للعلامات التجارية فعدل النص ليصبح "1- يجوز نقل ملكية العلامة التجارية أو التنازل عنها أو رهنها دون نقل

(1) تنص المادة 18 من القانون المصري رقم 57 لسنة 1939 الخاص بالعلامات التجارية والبيانات التجارية على انه " لا يجوز نقل ملكية العلامة أو رهنها أو الحجز عليها إلا مع المحل التجاري أو المشروع الاستغلال التي تستخدم العلامة في تمييز منتجاته " راجع لمزيد من التعمق، أ.حسن الفكهاني وعبد المنعم حسني، الموسوعة الذهبية، الإصدار المدني، ج7، ص916 وما بعدها وكذلك انظر د. سميحة القليوبي، تأجير المحل التجاري، ص 274 ط1 وكذلك انظر د. مصطفى كمال طه، المرجع السابق، ص 355.

ملكية المحل التجاري الذي يستعمل العلامة التجارية في تمييز بضائعه أو التنازل عنه أو رهنه، كما يجوز الحجز على العلامة التجارية مستقلة عن المحل التجاري".

وعليه نقرر أن المشرع الأردني حاليا ونظرا للالتزامات الدولية المفروضة عليه وضرورة الانسجام مع الاتفاقيات التي انضمت إليها المملكة الأردنية الهاشمية و لقوة العلامة التجارية الاقتصادية ومدى تأثيرها على المشروع التجاري وتحديد رأس ماله ولكونها تمثل بحد ذاتها مال متقوما، قرر أن يغير سلوكه القديم اتجاه التصرف بالعلامة التجارية الذي كان مربوطا وجودا وعدما مع المحل التجاري، ليصبح التصرف بالعلامة التجارية بصورة منفردة ممكنا وقابلا للتنفيذ.

وبالتالي أصبح من الممكن حاليا قيام صاحب العلامة التجارية ببيع هذه الأخيرة أو رهنها أو التنازل عنها أو نقل ملكيتها دون أن يقوم بنقل ملكية محله التجاري، كما أصبح بالإمكان الحجز من قبل دائني مالك العلامة التجارية على هذه الأخيرة دون أن يلتزموا بالحجز على كامل المحل التجاري، على أن نقل ملكية العلامة التجارية أو رهنها لا يكون حجة على الغير إلا من تاريخ تدوين النقل أو وضع إشارة الرهن في السجل ونشر ذلك في الجريدة الرسمية.

الفصل الخامس
تعريف العلامة التجاريــة

كانت وما تزال فكرة العلامة التجارية مدار بحث وتمحيص من قبل فقهاء القانون والمختصين في المجال الاقتصادي والتجاري أيضا، فهي وان كانت فكرة قديمة الظهور والمعرفة إلا أن وضع تعريف لها ما زال يشكل للبعض شيئا من الصعوبة، كونها قد ترد على أكثر من نوع من أنواع المنتجات، إذ قد يكون المقصود منها منتج صناعي أو زراعي أو تجاري وقد ترد أيضا كما هو الحال في الآونة الأخيرة على مجرد خدمة يقوم بها بعض الأفراد.

أضف إلى ذلك أن مجرد الفكرة بحد ذاتها قد تثير بعض الصعوبات أثناء وضع تعريف خالص لها كونها فكرة تتمخض عن أعمال الفكر والعقل فهي كسائر مفردات الملكية الفكرية يصعب وضع تعريف لها، لا لصعوبتها، بل لصعوبة وضع تعريف لما ينتجه العقل البشري من أفكار وأمور غير محسوسة.

عموما، لقد تصدى العديد من الدارسين والمهتمين والقانونيين لوضع تعريف للعلامة التجارية، فنرى منهم من يعرفها بأنها عبارة عن علامة توسم بها البضائع والسلع والمنتجات تمييزا لها عما يماثلها من سلع تاجر آخر أو منتجات أربـــاب الصناعـــات والآخرين[1].

ولا يمكننا بالطبع الاعتماد على التعريف السابق في الوقوف على المقصود بالعلامة التجارية، حيث نرى هذا التعريف قد عرف الماء بعد الجهد بالماء، فقال أن العلامة التجارية هي علامة توسم بها... وهذا بالطبع ليس تعريف بالمفهوم الدقيق

(1) صلاح الدين الناهي " الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الأولى 1982 ـ 1983 ـ دار الفرقان.

والصحيح، ويمكننا اعتباره توضيحا للوظيفة التي تقوم بها العلامة التجارية كونها تميز البضائع والمنتجات عن مثيلاتها.

ومنهم أيضا من يعرف العلامة التجارية بقوله: أنها كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة[1].

وان كان هذا التعريف لا يفترق كثيرا عن سابقه كونه لا يتضمن تعريفا خالصا للعلامة التجارية بقدر ما يتضمن توضيحا لوظيفتها، إلا انه ومع ذلك يعتبر أكثر وضوحا للدلالة على مفهوم العلامة التجارية.

ويعرفها البعض بقوله: أنها التي يتخذها الصانع أو التاجر شعارا لمنتجاته أو بضائعه تمييزا لها عن غيرها من المنتجات والبضائع المماثلة[2].

ويعتبر هذا التعريف أقرب التعريفات الفقهية إلى مفهوم العلامة التجارية السليم حيث يبين هذا التعريف ماهية العلامة وبنفس الوقت يوضح الغاية منها، وهو بذلك يكون أقرب في شموله لماهية العلامة التجارية من التعريفات السابقة.

إن تعدد التعريفات الموضوعة للعلامة التجارية واختلافها لم يقتصر على المستوى الفقهي فقط بل نراه أكثر في التشريعات أيضا، فكل تشريع قام بصياغة تعريف خاص للعلامة التجارية وفقا لمعطيات ومحددات متعلقة بظروف وأحوال كل تشريع، وللتاكيد على ذلك دعونا نستعرض موقف كل من المشرع المصري والأردني والإماراتي في هذا الصدد.

أما المشرع المصري فيعرف العلامة التجارية بقوله أنها "الأسماء المتخذة شكلا مميزا والإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعناوين المحال

(1) سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، ص 249.

(2) د. مصطفى كمال طه، القانون التجاري، ص 729 وما بعدها.

والدمغات والأختام والتصاوير والنقوش البارزة، وأية علامة أخرى أو أي مجموع منها إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم إما في تمييز منتجات عمل صناعي أو استغلال زراعي للغابات أو لمستخرجات الأرض أو أية بضاعة وإما للدلالة على مصدر المنتجات أو البضائع أو نوعها أو مرتبتها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات".

وقد يبدو للبعض أن التعريف التشريعي المصري السابق شاملا وجامعا ودقيقا لمفهوم العلامة التجارية، إلا أن الأمر ليس كذلك على الرغم من تقديرنا واحترامنا الأكيد للتشريع المصري ولدوره الرائد في مجال القوانين على الساحتين العربية والإقليمية، حيث أول ما يتبين من التعريف السابق هو قيام المشرع المصري بتعداد الصور والأشكال والرسوم التي يجوز اتخاذها كعلامة تجارية لمنتج معين، أضف إلى ذلك ورود هذه الأشكال والرسوم والصور بشكل مطلق ومطاطي، حيث ورد في متن التعريف السابق ما يدل على عموميته وهو ما يستفاد من عبارة "أو أية علامة أخرى" الواردة خلال التعريف وهو ما يدل على إمكانية استخدام رسوم وصور أخرى غير مذكورة في تعريف العلامة التجارية وهو أمر غير جائز.

وأما المشرع الأردني فقد كان يعرف العلامة التجارية في القانون رقم 33 لسنة 1952 بقوله أنها "أية علامة استعملت أو كان في النية استعمالها على أية بضائع، أو فيما له تعلق بها للدلالة على أن تلك البضائع تخص صاحب العلامة بحكم صنعها أو إنتاجها أو الشهادة أو الاتجار لها أو عرضها للبيع".

ثم عاد وعرفها بموجب القانون المعدل لقانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 بأنها " أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات أخرى.

ومما لاشك فيه أن المشرع الأردني قد أحسن صنعا بتعديل تعريف العلامة التجارية وفقا لما تم بيانه، حيث كان يؤخذ على سلوك المشرع الأردني ما تم توجيهه

إلى سلوك المشرع المصري وهو اتخاذه لأسلوب التعميم وتعداد بعض الأشكال والرسوم والصور التي يصح اتخاذها كعلامة تجارية مميزة للبضائع والسلع.

حيث اتخذ التعريف الأردني في سبيل توضيح ماهية العلامة التجارية أسلوب التعميم أيضا وبشكل أوضح وأوسع من أسلوب التعريف المصري فأورد في مستهل التعريف عبارة "أية علامة... " ثم عبارة "أية بضائع... "، وبعد ذلك اتخذ من غايات العلامة التجارية ووظائفها محلا لوضع تعريف لها وهذا بالطبع يخالف المقصود بالتعريف قانونا ومنهجا.

ويمكننا القول ــ ودون مبالغة ــ بأن القانون رقم 33 لسنة 1952 والخاص بالعلامات التجارية قد خلى من تعريف واضح للعلامة التجارية، حيث لم يبين هذا القانون المقصود بها ولم يميط اللثام عن كنهها أو مضمونها، وهو ما استدركه المشرع الأردني متأخرا فقام بتعديل القانون وبتضمين القانون المعدل بنداً يعرف فيه العلامة التجارية تعريفا قريبا جداً من السلامة والمنطقية والموضوعية.

وأما المشرع الإماراتي فيعرف العلامة التجارية في المادة 2 من قانون العلامات التجارية رقم 37 لسنة 1992 المعدل بالقانون رقم 8 لسنة 2002 بأنها" كل ما يأخذ شكلاً مميزاً من أسماء أو كلمات أو إمضاءات أو حروف أو أرقام أو رسوم أو رموز أو عناوين أو دمغات أو أختام أو صور أو نقوش أو إعلانات أو عبوات أو أية علامة أخرى أو أي مجموع منها إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم إما في تمييز بضائع أو منتجات أو خدمات أياً كان مصدرها وإما للدلالة على أن البضائع أو المنتجات تعود لمالك العلامة بسبب صنعها أو انتقائها أو الاتجار بها أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات، ويعتبر الصوت جزءاً من العلامة التجارية إذا كان مصاحباً لها".

ومن الجدير توضيحه في هذا النطاق أن القضاء الأردني قد قام أيضا بوضع تعريف للعلامة التجارية، متجها نحو اعتبارها "حروف أو رسوم أو علامات أو خليط من

هذه الأشياء ذي صفة فارقة (مميزة) وعلى شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس"[1].

واعتماداً على ما سبق وحرصا منا على إعطاء تعريف العلامة التجارية حقه في الشمولية والمنطقية وتحقيقا للغاية المقصودة من وراء العلامة التجارية، نجد أنفسنا متفقين تمام الاتفاق مع اتجاه البعض في تعريفهم للعلامة التجارية بقولهم أنها "كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة شعارا لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن مثيلاتها التي يصنعها أو يتاجر بها أو يقدمها آخرون[2].

ومن خلال التعاريف السابقة للعلامة التجارية يظهر لنا أن للعلامة التجارية عناصر من الممكن أن تتكون منها وهذه العناصر قد تتواجد بالعلامة التجارية بصورة منفردة، كما قد تتواجد مجتمعة مع بعضها البعض، وقبل استعراض هذه العناصر لا بد من تحديد بعض المعايير التي يتم إنشاء العلامة التجارية وفقاً لها.

---

(1) انظر، قرار محكمة العدل العليا رقم 88/49 الصادر بتاريخ 1988/12/31 والمنشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1989 عدد4 ص 926 والذي جاء فيه " 1- أعمالا لنص المادة السابعة من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 يجب ان تكون العلامات التجارية التي يمكن تسجيلها مؤلفة من حروف أو رسوم أو علامات أو خليط من هذه الأشياء ذي صفة فارقة وعلى شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس، 2- إذا كان شكل العلامة المطلوب تسجيلها هي نتاج صناعي ذات شكل عام شائع الاستعمال في صناعة البوظة . ولم تكن ذات علامة مميزة وصفة فارقة على شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس بالمعنى الوارد في المادة السابعة من قانون العلامات التجارية فيجوز في مثل هذه الحالة لمسجل العلامات التجارية بمقتضى المادة (2/11) من قانون العلامات التجارية ان يرفض اي طلب لتسجيل علامة تجارية كهذه أو يقبله بتمامه من دون قيد أو شرط أو ان يعلن قبوله إياه بموجب شروط أو تعديلات أو تحويرات في طريقة استعمال العلامة أو مكان استعمالها أو غير ذلك من الأمور . 3- تجيز المادة (12) من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 لمسجل العلامات التجارية إذا كانت العلامة التجارية تشتمل على مواد شائعة الاستعمال ولم تكن ذات ميزة ظاهرة تكليف صاحبها كشرط لبقاء العلامة التجارية في السجل ان يتنازل عن اي حق في الاستعمال المستقل لجميع تلك المواد أو ان يجري اي تنازل آخر يراه المسجل ضروريا لتعين حقوق صاحب العلامة في ذلك التسجيل أو إذا كان من رأيه ان تسجيل العلامة على الصورة الانفة الذكر يعود بالنفع على الجمهور.

(2) د.صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص254.

المبحث الأول
معايير إنشاء العلامة التجارية

إن عملية إنشاء علامة تجارية أو اختيارها ليس بالأمر الهيّن كما قد يظن البعض لدرجة أن هناك شركات متخصصة في بعض الدول المتقدمة وظيفتها الاساسية هي إيجاد أو إنشاء العلامة التجارية الملائمة لاحتياجات الشركات او التجار أو الصناع او مقدمو الخدمات.

وعدم سهولة إنشاء العلامة التجارية تظهر متى علمنا انه يتوجب على الشخص الساعي لإمتلاك علامة تجارية أن يتأكد أولاً أن هذه العلامة المراد استعمالها وبالتالي إمتلاكها قد استوفت كافة الشروط القانونية اللازمة لتسجيل رسمياً.

كما يجب أن يتأكد أن هذه العلامة تتمتع بصفة متميزة او ذات صفة فارقة بحيث يؤدي هذا التميز إلى استحقاقها للحماية القانونية والتسجيل الرسمي سواء محلياً او دولياً.

وبعد التأكد من مما تقدم يكون امام من يرغب بإمتلاك واستعمال العلامة التجارية اختيار علامته وفقاً للمعايير التالية:

من جهة أولى أن تكون العلامة المختارة سهلة القراءة والكتابة والنطق والحفظ في جميع اللغات ذات الصلة، وهذا بالطبع حتى يستطيع صاحب هذه العلامة المختارة من الوصول إلى اكبر عدد ممكن من المستهلكين بكافة أطيافهم المختلفة، خصوصاً وان من بين هؤلاء المستهلكون الصغيروالكبير، المتعلم والأمي.

ومن جهة ثانية، يجب أن تكون العلامة المختارة خالية من أية معاني أو دلالات سلبية غير مرغوبة سواء في اللغة السائدة أو في التقاليد والعادات والأعراف المتبعة.

ومن جهة ثالثة، يجب أن تكون أيضاً خالية من أية دلالات أو معاني سلبية أو غير مرغوبة في اللغات أو الاعراف أو التقاليد الأجنبية، خصوصاً إذا كانت هذه العلامة تستعمل على منتجات أو بضائع معدة للتصدير.

ومن جهة رابعة، أن تكون واضحة لا غموض أو لبس فيها سواء تعلق هذا الغموض او اللبس فيها نفسها أو في طبيعة وماهية المنتجات التي ستحمل هذه العلامة، وذلك حتى يسهل على المستهلكين حفظها في الصدور وحفرها في وجدانهم وبالتالي تحقق الغاية التي من اجلها تم إنشاء هذه العلامة.

ومن جهة أخيرة، أن تكون هذه العلامة صالحة وقابلة للاستخدام في جميع وسائل الإعلام والدعاية والإعلان، بمعنى ان تكون مقبولة وصالحة للإذاعة أو العرض أو النشر بكافة وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقرؤءة.

وبناء على ما تقدم نقرر أن العلامة التجارية لا تخرج عن واحدة من الأمور التالية:

- علامة مبتكرة سواء كان هذا الابتكار متعلق بكلمات جديدة لم يسبق استعمالها أو تعلق الابتكار برسومات أو أرقام او حروف او تصاوير معينة، ولا يشترط في هذه الكلمات أو الرسومات ان تكون لها معنى معين سواء باللغة الأصلية أو غيرها من اللغات (مثل: كوداك أو إكسون، نوكيا) وتكمن قيمة هذه الكلمات المبتكرة في سهولة حمايتها قانوناً لأنها تعتبر بحسب الأصل مميّزة وبالتالي مستحقة للتسجيل الرسمي والحماية القانونية.
- علامة لها معنى في لغة معينة ولا يكون لها معنى في لغة اخرى، وهذه العلامة لا يكون لها أي معنى أو علاقة بالمنتج أو السلعة التي تحملها وتعتبر غريبة عنها (مثل علامة "Apple" المخصصة لدلالة على اجهزة حاسوب معينة) وتتميز مثل هذه العلامة بسهولة حفظها وترويجها على الرغم من الصعوبة في

مثل هذه العلامات تكمن في بذل جهد مضاعف لخلق رابط في ذهن المستهلك بينها وبين المنتج الذي يحملها.

- علامة إيحائية، بمعنى انها توحي إلى واحدة أو أكثر من صفات المنتج، مما قد يعرضها لعدم التسجيل أو القبول لدى مسجل العلامات التجارية إذا شعر هذا الأخير بان هذه العلامة وصفية أو ايحائية أكثر من اللازم وبالتالي لا تكون مستحقة للحماية ولا التسجيل، وعلى الرغم من ذلك تعتبر هذه العلامة - في حالة قبولها وتسجيلها – أداة للإعلان عن المنتج بحد ذاتها الأمر الذي يوفر الكثير على مالكها.

المبحث الثاني
عناصر العلامة التجارية

تتكون العلامة التجارية من العديد من العناصر كالاسماء والحروف والأرقام والصور والشعارات وغيرها من الرموز، وقد تتكون العلامة التجارية من واحدة فقط من هذه العناصر وقد تتكون من خلال الجمع بين أكثر من عنصر من هذه العناصر.

وسنقوم تباعاً باستعراض هذه العناصر من خلال المطالب التالية.

المطلب الأول: الأســـــماء

والمقصود بالاسم[1] في هذا المقام هو اسم مالك العلامة التجارية سواء كان تاجراً أم صانعاً أم مقدم خدمة[2]، أو أسم محلاتهم ومنشاتهم التجارية، ولكن ليس

---

(1) الاسم هو كلمة أو عبارة تطلق على الشخص يعرف بها ويشار بها إليه في الحديث. ولبعض الناس عدة أسماء. وقد يكون لبعض الناس في معظم المجتمعات اسمان على الأقل :الاسم الأول واسم العائلة. ويعدُ اسم العائلة اسمًا وراثيًا يحمله كل أعضاء الأسرة. ويطلق على اسم العائلة أيضًا الاسم المضاف أو الاسم الأخير، وذلك لأن اسم العائلة يأتي في بعض المجتمعات بعد الاسم الأول. ويميز الاسم الأصلي، أو الاسم الأول، بين أعضاء أسرة واحدة. ويُكوّن الاسم الأول واسم العائلة معًا الاسم القانوني للشخص. ولا يزال الناس في آسيا وإفريقيا يعطون لأطفالهم أسماء لها معان مُعينة، وهم غالبًا لا يستخدمون أسماء العائلة. ويمكن أن تنقسم الأسماء إلى أسماء شخصية والقاب وأسماء عشائر؛ وغالبًا ما تُعَدّل أساليب التسمية التقليدية لتناسب الاستخدام الحديث. ويُعتبر الصينيون من أوائل الشعوب المعروفة بأن لدى كل فرد منهم أكثر من اسم. ويقال إن الإمبراطور فوكسي قد أصدر قرارًا باستخدام أسماء العائلة نحو 2852 ق.م. فغالبًا ما يكون للصينيين ثلاثة أسماء: اسم العائلة، ويأتي في البداية ومصدره إحدى الكلمات البالغ عددها 438 كلمة، والتي تكون القصيدة الصينية المقدسة. ويتبع ذلك باسم جيلي يُؤْخَذ من قصيدة تتكون من 20 ـ 30 كلمة تتبناها كل أسرة، ثم أخيرًا اسم لبني يوازي الاسم الأول.

(2) تأتي أسماء المكان من مكان الإقامة، ولم يكن يوجد في الماضي سوى القليل ممن يلمون بالقراءة. ولذلك كانت تستخدم لافتات تحمل صورة حيوان أو شيء للإشارة إلى دكان أو فندق. فالشخص يمكن أن يقيم أو يعمل في مكان يُطلّقُ عليه الجرس، أو النجمة أو البجعة، كما أن الشخص قد يُسمَّى اسمًا لصيقًا بالمنطقة التي جاء منها مثل النجدي أو الحجازي، وقد تأتي الأسماء من المهنة أو عمل الشخص، ومن الأسماء الشائعة في هذا الصدد أسماء النجار والعقاد والفوّال.

كل أسم يمكن أن يعتبر علامة تجارية إذ يشترط لذلك ضرورة أن يتم كتابة هذا الاسم بطريقة مميزة وجديدة، كان يتم استخدام طريقة كتابة معنية أو شكل هندسي معين أو استخدام لون معين، فالاسم غير المميز سواء بشكله أو لونه أو نمط الخط المستخدم فيه لا يمكن اعتباره علامة تجارية[1].

وينبغي التفريق هنا بين فيما إذا كان الاسم المستخدم كعلامة تجارية سواء كان اسم الشخص مالك هذه العلامة أو اسم محله أو منشأته التجارية أو الصناعية عائداً له نفسه أو عائداً لشخص آخر، كأن يستخدم شخص أسم شخص آخر مشهور للاستفادة من ذلك في ترويج بضاعته أو خدمته، فقد يحدث عملاً أن يقوم تاجر باستخدام اسم فنان مشهور أو لاعب محبوب كعلامة تجارية لمحله رغبة منه في الاستفادة من شهرة هذا الفنان ومحبة المستهلكين له لترويج خدماته أو بضاعته.

ففي الفرض الأول وهو أن يكون الاسم المستخدم عائداً إلى نفس التاجر أو الصانع وهنا لا يثير ذلك أي مشكلة فمن حقه أن يقوم بذلك شريطة أن يجري بعض التعديلات أو الإضافات على اسمه حتى يصبح مميزاً وبالتالي يدخل ضمن قائمة العلامات التجارية كأن يستخدم لون معين أو شكل أو قالب هندسي معين أو نمط ونوع ولون خط خاص به.

أما الفرض الثاني، فلا خلاف على ضرورة استئذان صاحب الاسم إذا كان حياً يرزق وإلا فعليه استأذن ورثته الشرعيين، حيث نصت المادة 9/8 من قانون العلامات

---

(1) تطالعنا التجارب العملية تقديم العديد من طلبات تسجيل العلامات التجارية المتضمنة أسماء العديد من المشاهير سواء كانوا من أهل السياسة أو الفن أو الرياضة دون الحصول على الموافقة المبدئية من هؤلاء أو من ورثتهم الأمر الذي يعتبر انتهاكاً ومخالفة صريحة لقانون العلامات التجارية وإضراراً بحقوق هؤلاء المالية والأدبية، ويتم حل هذه الإشكالية من خلال عقد اتفاقيات تنازل وترخيص باستعمال الاسم بين كل من صاحب هذا الاسم وطالب التسجيل.

التجارية الأردني[1] " لا يجوز تسجيل ما يأتي: العلامات التي تحتوي على صورة شخص أو اسمه أو اسم محله التجاري أو اسم شركة أو هيئة إلا برضى وموافقة ذلك الشخص أو تلك الهيئة أما الأشخاص المتوفون حديثاً فيجوز أن يطلب موافقة ممثليهم الشرعين"، ولقد أيدت محكمة التمييز الأردنية هذا التوجه إذ قررت في حكم قديم لها أنه " لا يجوز تسجيل العلامات التجارية التي تحتوي على اسم شخص أو محل تجاري إلا برضاء وموافقة ذلك الشخص"[2]، كما قضت أيضاً برفض تسجيل كلمة "ناشد" على أساس " أن كلمة (ناشد) هي أسم لعائلة سورية فلا يجوز تسجيل هذه الكلمة كعلامة تجارية بدون الحصول على موافقة صاحب الأسم"[3].

وتثير الأسماء المنوي تسجيلها كعلامات تجارية بعض التساؤلات حول استخدام جزء من الاسم الخاص وليس بأكمله وحول الأسماء الشائعة والأسماء التي لا يعدو كونها وصفاً لماهية أو نوع العلامة أو البضاعة محل التسجيل، وكذلك حول الأسماء الجغرافية، وهذه التساؤلات سنحاول الإجابة عليها تباعاً وفقاً لما يلي:

أولاً: الاستخدام الجزئي للاسم

ويحصل ذلك في الفرض الذي يكون فيه الاسم المنوي تسجيله لعلامة تجارية مكون من أكثر من مقطع أو يكون مركباً فيتم استخدام جزء منه دون الجزء الآخر، كأن يكون الاسم المنوي استخدامه هو (ستاندرد شارترد) ويقوم شخص بتقديم طلب لتسجيل كلمة (شارترد) لوحدها دون (ستاندرد) كعلامة تجارية، فهل يحق لمالك الاسم (ستاندرد شارترد) الاعتراض على طلب هذا التسجيل؟؟!

(1) تقابل المادة 7/3 من قانون العلامات التجارية الإماراتي والتي تنص على " لا يسجل كعلامة تجارية أو كعنصر منها ما يأتي: 7- اسم الغير أو لقبه أو صورته أو شعاره ما لم يوافق هو أو ورثته مقدماً على استعماله ".

(2) انظر القرار رقم 52/46 محكمة العدل العليا، مجلة نقابة المحامين الأردنيين، سنة 1953 ص 99 وكذلك القرار 67/81 لنفس المحكمة، نفس المرجع لسنة 1968 ص 18.

(3) انظر القرار رقم 69/8 منشور سنة 1969 نفس المرجع، صفحة 104.

حقيقة الأمر أن القانون لم يبين بوضوح علاجاً لهذه الحالة بينما نجد أن القضاء الأردني قد تصدى لواقعة عملية مشابهه لهذه الحالة، حيث قرر أنه " إذا كان اسم الشركة المستدعية طالبة الترقين هو (ديستلاري ستوك) فإن كلمة (ستوك) التي سجلت باسم الشركة المستدعى ضدها كعلامة تجارية لا تعتبر اسماً للشركة المستدعية بالمعنى المقصود من الفقرة التاسعة من المادة الثامنة من قانون تسجيل العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952، إذ أن الاسم المقصود الذي يمتنع تسجيله هو الاسم الكامل لا جزء منه.."[1]، كما قررت أيضاً " أن الاسم المقصود في المادة 9/8 من قانون العلامات التجارية الذي يمتنع تسجيله هو الاسم الكامل لا جزء منه، وعليه فلا يمنع تسجيل العلامة التي تحمل جزء من اسم شركة أخرى"[2] وعليه يمكننا القول بان العبرة بكامل الاسم فيما يتعلق بالحظر المتعلق بتسجيل الأسماء المملوكة للغير كعلامات تجارية.

ثانياً: الأسماء الشائعة

الاسم الشائع هو ما تواتر العمل على استخدامه عادة واستعماله بصورة دورية في نطاق معين لدلالة على شئ معين بالذات أو إحدى خواصه أو صفاته، ككلمة (stock) أو كلمة (standard) أو غيرها من التسميات والأسماء ذات الاستعمال الشائع والتي لا تصلح كقاعدة عامة للتسجيل كعلامة تجارية، وأن كان ذلك لا يمنع من ورودها ضمن عناصر العلامة التجارية المنوي تسجيلها، حيث يقوم المسجل عادة باشتراط

---

(1) القرار رقم 72/67 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1972 ص 1463.

(2) القرار رقم 96/194 فصل 1996/11/17 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1997 عدد 1 ص 2280 والذي جاء فيه "1- ان الاسم المقصود في المادة (9/8) من قانون العلامات التجارية الذي يمتنع تسجيله هو الاسم الكامل ، وعليه فلا يمتنع تسجيل العلامة التي تحمل جزءا من اسم شركة اخرى،2- استقر الاجتهاد على وجوب مراعاة الفكرة الأساسية للعلامة لا التفصيلات الجزئية لها ومجال هذا المبدأ هو عند المقارنة بين علامتين تجاريتين ولا علاقة له بالمقارنة بين علامة تجارية واسم شخص او شركة.

التنازل عنها كونها لا تتمتع بصفتي الجدة والتميز الواجب توافرها في العلامة التجارية - كما سنرى فيما بعد -.

بمعنى أن تضمين طلب تسجيل العلامة التجارية لاسم شائع وتسجيلها بهذا الوصف مع ورود اشتراط معين من قبل مسجل العلامات التجارية بالتنازل عن هذا الاسم الشائع، يعني من الناحية العملية أن تسجيل هذه العلامة التجارية على الرغم من وجود الاسم الشائع من بين عناصرها لا يعطي طالب التسجيل حقي الأحتكار والحصرية لهذه العلامة فيما يتعلق بالجزء الخاص بالاسم الشائع بحيث يكون لغيره الحق في استخدام نفس هذا الاسم الشائع في علامة أخرى لنفس الصنف خصوصاً إذا كان استعمال العلامتين لا يؤدي إلى التشابه المؤدي إلى غش الجمهور.

وغني عن البيان أن الحروف والأرقام والألفاظ الشائعة تأخذ نفس حكم الأسماء الشائعة فيما يتعلق بتسجيلها كعلامات تجارية، بحيث لا يجوز تسجيلها كقاعدة عامة طالما لم تأخذ طابع مميز وجديد.

وتأييداً لما تقدم قضت جرى قضاء محكمة التمييز الأردنية على عدم جواز تسجيل الأسماء والتسميات الشائعة والتي تستعمل عادة في نطاق أو قطاع معين من القطاعات الإنسانية سواء التجارية أو الصناعية أو الخدماتية[1]، كما قضت أيضاً بأنه " إذا كان شكل العلامة المطلوب تسجيلها هي نتاج صناعي ذات شكل عام شائع الاستعمال في صناعة البوظة، ولم تكن ذات علامة مميزة وصفة فارقة على شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس بالمعنى الوارد في المادة السابعة

(1) انظر القرار رقم 73 /59 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين سنة 1959 ص 139 والذي جاء فيه" أن كلمة (ستاندرد) كلمة إنجليزية تستعمل عادة في التجارة لتمييز أنواع البضائع وأصنافها، ولذلك لا يجوز تسجيلها كعلامة تجارية" وكذلك انظر القرارات ذوات الأرقام التالية: 68/75 عدل عليا، نفس المرجع سنة 1969 ص 76 والقرار رقم 72/67 عدل عليا، نفس المرجع سنة 1973 ص 1463 والقرار رقم 78/21 عدل عليا، نفس المرجع سنة 1978 ص829 والقرار رقم 87/227 نفس المرجع سنة 1989 ص 913.

من قانون العلامات التجارية فيجوز في هذه الحالة لمسجل العلامات التجارية بمقتضى المادة 2/11 من قانون العلامات التجارية أن يرفض أي طلب لتسجيل علامة تجارية كهذه أو يقبله بتمامه من دون قيد أو شرط أو أن يعلن قبوله إياه بموجب شروط أو تعديلات أو تحويرات في طريقة استعمال العلامة أو مكان استعمالها أو غير ذلك من الأمور"[1].

ثالثاً: الأسماء الوصفية

وهي الاسماء التي تستخدم لوصف وبيان أوصاف ومظاهر ومكونات الشئ محل البحث، كاستخدام الاسم بارستيمول كعلامة تجارية لدواء يستخدم لتخفيف حدة صداع الرأس مثلاً أو استخدام كلمة (Spearmint) كعلامة تجارية لاستعمالها على نوع معين من أنواع العلكة، لأن كل من الاسم بارستيمول و (Spearmint) تستخدمان لدلالة على نوع بضاعة معينة فالأول يعتبر الاسم الحركي والوصفي للتركيبة الكيميائية الخاصة بأدوية صداع الرأس وتخفيف الآلام، اما الثانية فتعتبر وصفاً لنوع العلكة وتدل على مادة النعناع التي تدخل في تركيب هذه البضاعة.

ولقد عالج القانون الأردني للعلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 بعد تعديله بالقانون رقم 34 لسنة 1999 هذا النوع من الأسماء في مادته الثامنة /الفقرة 7 حيث نص على " لا يجوز تسجيل ما يأتي: 7- العلامات المؤلفة من أرقام أو حروف أو ألفاظ تستعمل عادة في التجارة لتمييز أنواع البضائع وأصنافها أو العلامات التي تصف نوع البضائع أو جنسها أو الكلمات التي تدل على معنى جغرافي أو ألقاب إلا إذا أبرزت في شكل خاص ويشترط في ذلك أن لا يعتبر ما ورد في هذه الفقرة أنه يمنع تسجيل العلامات التي تكون من النوع الموصوف فيها إذا كانت له صفة فارقة بحسب المعنى المحدد لها في الفقرتين 2، 3 من المادة 7".

---

(1) القرار رقم 88/49 عدل عليا منشور، المرجع السابق، سنة 1989 ص 926.

وكقاعدة عامة فان قبول تسجيل هذه الأسماء لا تعطي لصاحبها حق ملكيتها واحتكارها وبالتالي منع غيره من استخدامها وتقديم طلب لتسجيلها كعلامة تجارية خاصة ببضاعته حتى ولو كان هذا الطلب مقدم لنفس الفئة والأصناف، وبالتالي فان ورودها في الطلب المقدم لتسجيل العلامة التجارية لا يشكل عائقاً أمام تمام التسجيل إذا تم إبرازها في قالب وشكل خاص ومميز وذو صفة فارقة وفقاً لأحكام القانون، ولا يوجد نص مقابل لهذه المادة في القانون الإماراتي ومع ذلك فقد جرى العمل على عدم رفض طلب تسجيل العلامة التي تتضمن مثل هذه الأسماء داخل دولة الإمارات مع أحقية المسجل في وضع الاشتراطات التي يراها مناسبة بخصوص هذه الأسماء.

وعلة ذلك هي عدم تمتع الأسماء الوصفية بالصفة الفارقة الواجب توافرها فيما يراد تسجيله كعلامة تجارية مثلها في ذلك مثل الأسماء الشائعة، وفي تأكيد ذلك ذهبت محكمة العدل العليا إلى الحكم بأنه " لا يجوز تسجيل كلمة (Spearmint) كعلامة تجارية لاستعمالها على العلكة لأنها تعتبر وصفاً لنوع البضاعة وتدل على مادة النعناع التي تدخل في تركيب البضاعة، وبالتالي فإن تسجيلها لا يعطي صاحبها حق الملكية والاحتكار ما دام أنه ليس لها صفة فارقة، وأن تسجيل هذه الكلمة كجزء من علامة تجارية واكتساب هذا التسجيل الدرجة القطعية لا يمنع من طلب ترقينها ومنع احتكارها ليكون للجميع حق استعماله، وأن قرار مسجل العلامات التجارية القاضي بأن تسجيل كلمة (Spearmint) لا يعطي صاحبها حق الملكية والاحتكار وأنه يجب التنازل عنها كشرط لبقاء العلامة التجارية في السجل مع وضع ملاحظة التنازل عن الاستعمال المطلق في السجل حماية للحقوق العامة والخاصة لا يتعارض مع التسجيل السابق لهذه العلامة"[1] كما قررت أيضاً أنه " إذا كانت العلامة التي تطلب الشركة المستأنفة تسجيلها عند لفظها تفيد وصفاً لنوع البضاعة وليست علامة فارقة مبتكرة فيمتنع تسجيلها استناداً لنص الفقرة السابعة من المادة الثامنة من قانون

(1) القرار رقم 68/75 عدل عليا منشور سنة 1969، نقابة المحامين، ص 76.

العلامات التجارية"[1]، كما قضت أيضاً بأن " الفقرة السابعة من المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية لا تجيز تسجيل العلامات المؤلفة من أرقام أو حروف أو ألفاظ تستعمل عادة في التجارة لتمييز أنواعها وأصنافها أو العلامات التي تصنف نوع البضائع أو جنسها..."[2].

رابعاً: الأسماء الجغرافية

وهي الأسماء التي تدل على إقليم دولة معينة أو تعطي دلالة حول المنشأ الرئيسي للعلامة محل التسجيل، كأن تكون العلامة المراد تسجيلها مثلاً هي (الكوابل الأردنية) أو (طيران الإمارات) أو (دخانيات إيران) وغيرها من التسميات التي تتضمن نطاق جغرافي معين خاص بدولة بعينها.

وكأصل عام فان مثل هذه الأسماء والتسميات تعتبر من قبيل الأسماء والتسميات المحظورة والتي لا يجوز تسجيلها كعلامات تجارية إذا كان من شأن تسجيلها إثارة أي لبس للجمهور حول مسألة منشأها الأصلي، وهو ما تقرره قانون العلامات التجارية الأردني حيث تنص المادة 7/8 من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 المعدل بالقانون رقم 34 لسنة 1999 على " لا يجوز تسجيل ما يأتي : 7- العلامات المؤلفة من أرقام أو حروف أو ألفاظ تستعمل عادة في التجارة لتمييز أنواع البضائع وأصنافها أو العلامات التي تصف نوع البضائع أو جنسها أو الكلمات التي تدل على معنى جغرافي أو ألقاب إلا إذا أبرزت في شكل خاص ويشترط في ذلك أن لا يعتبر ما ورد في هذه الفقرة أنه يمنع تسجيل العلامات التي تكون من النوع الموصوف فيها إذا كانت له صفة فارقة بحسب المعنى المحدد لها في الفقرتين 2، 3 من المادة 7 "[3].

---

(1) القرار رقم 78/21 عدل عليا منشور سنة 1978، نقابة المحامين، ص 829.

(2) القرار رقم 92/52 عدل عليا منشور سنة 1992، نقابة المحامين، ص 1599.

(3) وهي تقابل بعض النصوص العربية ذات الصلة كالمادة 6/3 من قانون العلامات التجارية الإماراتي التي تنص على "لا يسجل كعلامة تجارية أو كعنصر منها ما يأتي: ... 6- الأسماء الجغرافية إذا كان من شأن استعمالها أن يحدث لبساً فيما يتعلق بمنشأ البضاعة أو المنتجات أو الخدمات أو مصدرها".

والعبرة في حظر تسجيل الأسماء الجغرافية كعلامات تجارية تجد أساها في التحوط قدر الإمكان من وقوع المستهلك في اللبس أو اختلاط أمر العلامة التجارية المطلوب تسجيلها من حيث مصدرها الأصلي ومنشأها، حيث قد يعمد البعض إلى تضمين علامتهم التجارية بعض الأسماء الجغرافية التي اشتهرت بإنتاج أنواع معينة من المنتجات والبضائع دون أن تكون بين هذه العلامة وهذا المكان أي رابط أو علاقة، كأن تكون العلامة مثلاً (الأجبان الفرنسية) أو (الحذاء الإيطالي) بينما تكون هذه المنتجات محلية الصنع والتداول ودون أن يكون لفرنسا أو لإيطاليا أي دخل بها، وهو بلا شك ما سيكون سبباً لإيهام المستهلك دون وجه حق بأنها فرنسية أو إيطالية الصنع وهو ما يعتبر - بحق - شكلاً من أشكال التدليس والتضليل التي تم سن قانون العلامات التجارية من اجل حماية المستهلك من الوقوع فيهما.

ولهذا نجد أن مسجل العلامات التجارية عند نظره وفحصه الأولي لطلب تسجيل العلامة التجارية التي تحتوي على اسم جغرافي يشترط في الغالب على الطالب التنازل عن هذا الاسم كشرط لقبول الطلب، حيث قرر مسجل العلامات التجارية في دولة الإمارات عند فحصه للعلامة التجارية (دخانيات إيران) ضرورة تنازل الشركة طالبة التسجيل عن كلمة (إيران) كونها اسم جغرافي لا يجوز تسجيلها وكسب حق حصري واحتكاري عليها، وهو ما يعني إمكانية أن يتقدم طالب للتسجيل آخر بطلب تسجيل علامة تحتوي على كلمة (إيران) حتى ولو كان هذا الطلب الجديد مقدم لتسجيل العلامة على نفس الفئة التي تم تسجيل العلامة الأولى عليها.

وتأييداً لما تقدم قضت محكمة العدل العليا الأردنية في حكم لها بأن " الفقرة السابعة من المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية لا تجيز تسجيل العلامات المؤلفة من أرقام أو حروف أو ألفاظ تستعمل عادة في التجارة لتمييز أنواعها وأصنافها أو العلامات التي تصف نوع البضائع أو جنسها أو الكلمات التي تدل على معنى

جغرافي..."[1]، كما قضت أيضاً " أن الفقرة العاشرة من المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 تنص على عدم جواز تسجيل العلامة التي تدل على غير مصدرها الحقيقي"[2]، وقضت أيضا بأنه " لا يتفق وأحكام المادة 6/8 من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 تسجيل العلامة التجارية.. تدل على غير مصدرها"[3]، كما قضت أيضاً " اشترطت المادة 6/8 من قانون العلامات التجارية أن لا تحمل العلامة التجارية المطلوب تسجيلها ما يدل على غير مصدرها الحقيقي "[4].

وجديراً بالذكر بان كل من الإمضاءات والكلمات والتسميات المختلفة كونها لا تخرج عن كونها أسماء فإنها إذا وردت في طلب تسجيل العلامات التجارية فإنها تأخذ حكم الأسماء وفقاً لما تقدم، وهو ما يعني انطباق نفس الأحكام الخاصة بالأسماء واستخداماتها على الإمضاءات والكلمات والتسميات شريطة أن تكون هذه الأخيرة ذات صفة فارقة ومميزة وتتمتع بالجدة والابتكار.

المطلب الثاني: الحروف والأرقام

ومن عناصر العلامة التجارية أيضاً الحروف بمختلف أشكالها وتعدد لغاتها والأرقام على مختلف أنواعها ولغتها أيضاً، إذ من الممكن أن يتم تقديم طلب لتسجيل علامة تجارية تتكون من حرف أو أكثر شريطة أن يكون مقترناً بحرف أو كلمة أو عنصر أخر من العناصر الممكن قبولها قانوناً لتكوين علامة تجارية، وأن يكون مجمل هذه العناصر متخذا شكلاً مميزاً سواء بطريقة عرضه أو لونه أو شكله الهندسي.

(1) انظر القرار رقم 87/227 السابق الإشارة إليه سابقاً.

(2) القرار رقم 87/79 منشور سنة 1988 ص 1492 نقابة المحامين الأردنيين.

(3) القرار رقم 92/52 منشور سنة 1992 ص 1599 نقابة المحامين الأردنيين.

(4) القرار رقم 96/73 منشور سنة 1997 ص 638 نقابة المحامين الأردنيين، وكذلك تكرر هذا الحكم في القرار رقم 96/12 منشور سنة 1997 ص 643.

وعليه نقرر أنه كمبدأ عام لا يجوز قبول تسجيل العلامة التجارية التي تتكون من مجرد رقم معين إذا كان هذا الرقم يؤلف بمفرده هذه العلامة التجارية، وفي ذلك قضت محكمة العدل العليا الأردنية " لا يجوز تسجيل الرقم كعلامة تجارية إذا كان هذا الرقم يؤلف بمفرده العلامة التجارية، أما إذا كان هذا الرقم هو جزء من العلامة التجارية أو أنه أبرز في شكل خاص فلا يوجد في القانون ما يمنع تسجيله"[1].

ومن العلامات التجارية الرائجة في هذا الخصوص علامة (7 up)[2] الخاصة بالمشروبات الغازية وكذلك العلامة IBM (أي بي أم)[3]، والعلامة BMW (بي أم دبليو)[4].

وكقاعدة عامة يشترط لقبول طلب تسجيل مثل هذه العلامات التجارية التي تحتوي على حروف و أرقام أو تحتوي على مزيج من هذه وتلك أن تكون هذه الأخيرة موضوعة بطريقة تدعو للتميز ومانعة من وقوع جمهور المستهلكين في الخلط والتظليل، بمعنى يجب عدم الاستفادة من ترتيب الحروف أو الأرقام بطريقة معنية قد تؤدي دون وجه حق لمنح هذه العلامة ميزة غير متوفرة فيها، فلا يجوز مثلاً اقتران الحروف المكونة للعلامة التجارية بتاريخ السنة الحالية لطلب التسجيل حتى لا يفهم أو يعتقد البعض بأن منتجات هذه العلامة هي حديثة ومتطورة، كأن تكون العلامة مثلا (أزياء

---

(1) القرار رقم 53/4 منشور سنة 1953 ص 151.

(2) وهي إحدى العلامات التابعة لشركة بيبسي كولا العالمية والتي تأتي في المرتبة 23 على العالم في جدول أشهر 100 علامة تجارية حيث تقدر قيمتها لعام 2005 بـ 12.399 مليون دولار أمريكي.

(3) وهي إحدى العلامات التابعة لشركة International Business Machines Corporation العالمية والتي تأتي في المرتبة 3 على العالم في جدول أشهر 100 علامة تجارية حيث تقدر قيمتها لعام 2005 بـ 53.376 مليون دولار أمريكي.

(4) وهي إحدى العلامات التابعة للشركة الألمانية Bayerische Motoren Werke AG العالمية والتي تأتي في المرتبة 16 على العالم في جدول أشهر 100 علامة تجارية حيث تقدر قيمتها لعام 2005 بـ 17.126 مليون دولار أمريكي.

2009) لخلق اعتقاد لدى الجمهور بان هذه الأزياء هي حديثة الصنع بينما تكون قديمة وهو ما يعتبر دون أدنى شك تضليل للجمهور.

ولتدارك أي احتمال لوقوع الجمهور في اللبس والتضليل يذهب مسجل العلامات التجارية غالباً إلى اشتراط تنازل مقدم طلب تسجيل العلامة التي تحتوي على أرقام معينة عن أي مطالبة بأي نوع من أنواع الحقوق على هذه الأرقام، بمعنى انه يقبل الطلب ولكنه يشترط التنازل من قبل مقدمه على الأرقام التي يتضمنها هذا الطلب، حيث قرر مسجل العلامات التجارية في دولة الإمارات وبعد فحصه الأولي لطلب تسجيل العلامة التجارية (parisa 2000) بقبول هذا الطلب مع تضمينه اشتراط يتضمن تنازل الجهة الطالبة عن المطالبة بأي حق على الرقم2000.

ولذلك قال البعض - بحق - أن استخدام رقم 1900 مثلاً كعلامة لتمييز نوع من الخمور، قد يبعث على الاعتقاد عند عشاق الخمر بأنه خمر معتق وفي ذلك تضليل، وأنه في حالة تكوين العلامة من أرقام يجب ألا يكون من شأنها تضليل الجمهور وحتى تكتسب الحروف والأرقام صفة العلاقة أو عنصر منها لا بد أن يتوافر فيها الصفة المميزة (الفارقة) وعنصر الجدة[1].

المطلب الثالث: الرسوم والصور

والرسم هو كل تصميم يتضمن مجموعة من المرئيات، أو هو كل تكوين فني، أو كل ترتيب معين للخطوط سواء كانت مصحوبة بالألوان أم لا وتشمل بالإضافة إلى الرسوم التقليدية المعروفة ولغايات تطبيق قانون العلامات التجارية كل من الشعار[2]

---

(1) د. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، ص 262.

(2) ظهرت الشعارات لأول مرة في أوائل القرن الثاني عشر الميلادي وقد كان يستخدمها الفرسان النصارى، من أوروبا الغربية، الذين حاربوا في الحروب الصليبية حيث كان الفرسان يرتدون دروعًا من المعدن الثقيل خلال المعركة ويغطون وجوههم بخوذات وكانوا يظهرون الشعارات على دروعهم و أعلامهم حتى يعرفهم أتباعهم في ميدان المعركة. كذلك فإن الشعارات كانت تستخدم وسيلة للتمييز في الحياة المدنية فقد كان يحكم المجتمعات الأوروبية نظام =

والرمز، والتي لا يعدو كونها رسوم مرئية مجسمة لأشكال طبيعية أو مبتكرة تستخدم لدلالة على شئ معين وتمييزه عن غيره.

ويستمد الشعار أو الرمز وجوده من خلال شخصية مستخدمه، إذ قد يستخدم من قبل شخص عادي للتعريف به وعكس شخصيته ومكوناته النفسية على الآخرين، فيصبح معروفاً به، وقد يستخدم من قبل هيئة أو شركة للتعريف بمنتجاتها، فقد تأخذ بعض الشركات من الشمس شعاراً ورمزاً لها للإيحاء للغير بقوتها ووضوح أعمالها مثلاً.

وينبغي لقبول تسجيل العلامة التجارية التي تتألف من رموز أو شعارات معينة أن تتمتع بصفة الجدية والتمييز وان لا يكون من شأنها خلق حالة من التضليل واللبس بين

سياسي وعسكري يعرف بالإقطاع. وفي نظام الإقطاع، كان النبلاء ملاك الأراضي يعطون النبلاء الآخرين حيازة الأرض وليس ملكيتها في مقابل خدماتهم العسكرية وغيرها من الخدمات. وقد ضمت الطبقات العليا: الطبقة الملكية وطبقة النبلاء ورجال الدين. وكان أفراد هذه الطبقات يميزون ممتلكاتهم ووثائقهم الرسمية بتأشيرها بشعارات خاصة بهم. ولم يكن لدى أفراد عامة الشعب شعارات مماثلة. وفي القرن الثالث عشر الميلادي، أصبح نظام الشعارات مؤسسًا على قواعد ثابتة، كما أصبحت الشعارات تنتقل من جيل إلى الجيل التالي في أسر الطبقات العليا. وبحكم العادة، ثم أخيرا بحكم القانون، لم يكن باستطاعة أسرتين استخدام الشعار نفسه. وبسبب كثرة تصميمات الشعارات إلى جانب احتمال الخلط بينها، تكونت مجموعة من الرجال قامت بتنظيم مثل هذه الأمور وقد تكونت هذه الطبقة من سُعاة (مراسلين) أطلق عليهم اسم موظفي الشعارات. الذين كانوا في البداية يحملون الرسائل بين الأمراء والجيوش، و يعلنون ويديرون مباريات الفرسان ويديرون بعض الاحتفالات الخاصة، وكان عليهم أن يميزوا بين فارس وآخر حتى يقوموا بواجبهم، وقد كانت رموز الشعارات تساعدهم على تمييز الفرسان. وبعد عصر الإقطاع. خلال القرنين الثالث عشر والرابع عشر طورت الجيوش طرقًا جديدة للحرب لا تحتاج لاستخدام الشعارات غير أن هذه الأخيرة احتفظت بأهميتها في المسابقات وبعض الاحتفالات، واستخدمت الشعارات أوسمة لمثل هذه المناسبات وكانت توضح أهمية من استخدموها و لحكومات الكثير من الدول والولايات والمقاطعات والمدن والقرى شعارات. ويسمى استخدام الشعارات بوساطة الحكومات الاستخدام المدني للشعارات، وكذلك فإن بعض المنظمات العالمية لديها شعارات تستخدمها على مطبوعاتها، مثلاً وفي الكثير من الدول، يستطيع أي شخص أن يبتدع شعارًا أو يستخدمه، ومثل هذه الشعارات تسمى شعارات الادعاء. وتباع كثير من شعارات الأسماء الشائعة للأسر في أرجاء العالم ولكن القليل منها حقيقي. وقد يوضح الشعار وضع الفرد في الأسرة أو وضع الفروع المختلفة للأسرة. وهناك رموز تسمى علامات الوضع الأسري، توضح هذه العلاقات الأسرية. فمثلاً يستخدم كل ابن من أبناء الأسرة رمزًا شخصيًا مختلفًا لتوضيح ترتيب مولده.

جمهور المستهلكين، وان لا تكون هذه الرسوم و الشعارات والرموز من الرسومات الشائعة الاستعمال حيث أنه " إذا كان الرسم المستعمل في العلامة التجارية المطلوب حذفها من الرسوم الشائعة فلا يشكل بحد ذاته علامة فارقة وليس من شأنه أن يميز بضائع صاحبه عن بضائع غيره من الناس"[1].

وكقاعدة عامة تعتبر الرموز والشعارات من قبيل العلامات المحظور تسجيلها إذا كانت تابعة للدولة أو إحدى مؤسساتها أو منظماتها أو هيئاتها الحكومية وكذلك إذا كانت تابعة لإحدى الدول العربية الشقيقة أو الدول الأجنبية الصديقة، أو كانت تابعة للمنظمات والهيئات والوكالات الدولية كالأمم المتحدة والهلال الأحمر أو الصليب الأحمر، وفي ذلك تنص المادة 3/3 من قانون العلامات التجارية الإماراتية على " لا يسجل كعلامة تجارية أو كعنصر منها ما يأتي: 3- الشعارات العامة والأعلام وغيرها من الرموز الخاصة بالدولة أو المنظمات العربية أو الدولية أو إحدى مؤسساتها أو أية دولة أجنبية إلا بتفويض منها، وكذلك أي تقليد لتلك الشعارات أو الأعلام أو الرموز".

وعليه، لا يقبل للتسجيل كعلامة تجارية أو كعنصر منها أي علامة تجارية تتألف من شعار أو رمز مستخدم من قبل شخص آخر سواء كان هذا الأخير شخصاً طبيعياً أو اعتبارياً، كما لا يجوز استعمال هذه العلامة بنية تملكها، لأن في ذلك مخالفة صريحة لقانون العلامات التجارية في كل من الأردن والإمارات وكذلك مخالفة صريحة للاتفاقيات الدولية ذات العلاقة وعلى وجه الخصوص اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية التي تحظر وترفض وتبطل في مادتها 6/ ثالثاً تسجيل أية شعارات شرفية أو أعلام أو شعارات الدولة أو إحدى مؤسساتها ومنظماتها.

(1) القرار رقم 53/6 منشور سنة 1953 ص 155 نقابة المحامين.

هذا بالنسبة للرسوم التي تشمل كل من الشعارات والرموز، أما بالنسب للصور فأن المقصود بها هنا هي صور الإنسان سواء كانت صورة صاحب المشروع أو صورة غيره.

ودون أدنى شك أن لصاحب المشروع كامل الحق في استعمال صورته الشخصية كعلامة تجارية شريطة أن تكون متميزة وذات صبغة فارقة، وأكبر دليل على ذلك قيام مؤسس سلسلة مطاعم كنتاكي باستعمال صورته الشخصية كعلامة تجارية لمشروعه والتي أضحت الآن من ضمن أشهر العلامات التجارية.

أما صورة الغير فمما لا شك فيه أيضاً أنه لا يمكن لأي شخص استعمالها أو التقدم بطلب لتسجيلها كعلامة تجارية دون الحصول مسبقاً على موافقة هذا الغير إذا كان حياً يرزق أو ورثته إذا كان في دار الحق.

وبالإضافة إلى الصور الشخصية وصور الغير توجد صور الشخصيات العامة ذات الشهرة التاريخية، كصورة ملك من الملوك أو زعيم من الزعماء أو فنان مشهور، فهل يجوز تسجيل مثل هذه الصور كعلامات تجارية؟

الواقع أن القضاء الأردني على الرغم من كثرة الأحكام الخاصة بالعلامات التجارية إلا أنه لم يتصدى لواقعة تسجيل صورة شخصية عامة كعلامة تجارية، أما القضاء المصري فقرر " أن استعمال صورة (كليوباتره) لتميز منتجات معينة يكون مانعاً للغير من استعمالها في تلك المنتجات"[1] ولقد عرضت هذه المشكلة على مكتب تسجيل براءات الاختراع والعلامات التجارة البريطاني حيث قام مكتب صندوق الأميرة ديانا بتقديم طلب لتسجيل 26 صورة فوتوغرافية للأميرة الراحلة كعلامات تجارية أو حقوق ملكية فكرية، إلا أن المكتب البريطاني رفض هذا الطلب على سند من القول

(1) انظر هذا الحكم منشور لدى د. صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 264.

بأن وجه الأمية الراحلة هو ملك للعالم بأسره وبالتالي لا يجوز لأحد أن يحتكر هذا الوجه.

وباعتقادي أن صور الشخصيات العامة كصور الزعماء والرؤساء والملوك يجب أن تتمتع بحرمة وخصوصية وتعامل معاملة الشعارات والرموز الحكومية وبالتالي اعتبارها من قبيل العلامات المحظور تسجيلها حيث لا يعقل أن نشاهد صور زعيم أو رئيس دولة معلقة في دائرة حكومية اليوم ونشاهدها غداً على منتجات أغذية!!

أما صور المشاهير من علماء وفنانين ورياضيين وغيرهم فاعتقد أنها يجب أن تبقى على الرغم من شهرتها وتمتعها بصفة العمومية نوعاً ما متمتعة بخصوصية معينة فيما يتعلق باستعمالها بحيث يكون ذلك قاصراً على مالكها أو من يرخص له بذلك خطياً من قبله، على أساس انه صاحب هذه الصورة ومالكها وبالتالي يجب أن تعامل معاملة اسمه الخاص والتي وجدنا أنه لا يجوز تسجيله كعلامة تجارية دون موافقة صاحبه على ذلك.

المطلب الرابع: الدمغات والأختام والنقوش

والدمغات[1] هي كل علامة محفورة بينما النقوش هي كل علامة بارزة أما الأختام[2] فهي علامة منقوشة أو محفورة على دعامة معينة لدلالة على شخصية

---

(1) ظهرت الدمغات واستعملت كأختام منذ العصور الوسطى حيث تشير الدراسات التاريخية إلى أنها كانت تستعمل كعلامات تُختم على المصنوعات الذهبية لتبين نقاوة الذهب فيها وتوضح عيار الذهب، وكذلك المكان الذي تم فيه التحليل، وكانت عقوبات التلاعب بالدمغات شديدة جدًا في بعض الأحيان حيث شملت عقوبة الإعدام.

(2) ظهرت الأختام منذ القدم لدلالة على شخصية صاحبها ولدلالة أيضا على صلة المستند المختوم وصدوره عن مالك الختم، وكان للخليفة الراشد عمر بن الخطاب قصب السبق في استخدام أول ختم في الدولة الإسلامية حيث تشير المصادر إلى قيام الخليفة عمر بن الخطاب في سنة 18هـ بضرب الدراهم الإسلامية على غرار الدراهم الفارسية، بعد أن زاد فيها عبارة الحمد لله أو محمد رسول الله أو لا إله إلا الله وحده، كما أشارت المصادر إلى ضرب الخليفة عثمان بن عفان في عام 42هـ للدراهم بعد أن زاد فيها عبارة التكبير الله أكبر، كذلك قام الخليفة معاوية بن أبي سفيان (41 ـ 60هـ) بضرب الدراهم ونقش عليها اسمه. ويحتفظ المتحف البريطاني بلندن بنماذج من دراهم معاوية.
=

صاحبها. وللتفريق بين الدمغات والأختام ينبغي معرفة الدعامة التي توضع عليها كل منهما كذلك معرفة وضعها وطبعها، فإذا كانت ألواح خشبية تم حفر العلامة بداخلها فهي إذن دمغة، أما إذا كانت عبارة عن ألواح جلدية أو معدنية ووضعت عليها العلامة بصورة ظاهرة وبارزة فهي إذن نقش، أما الختم قد يكون بصورة دمغة كما قد يكون بصورة نقش.

وكغيرها من أشكال العلامات التجارية ينبغي حتى يتم قبول تسجيل النقوش والأختام والدمغات كعلامات تجارية أن تكون متمتعة بصفتي الجدية والتميز وان تشكل بحد ذاتها علامة فارقة ومميزة لأصناف معينة من المنتجات وبخلاف ذلك يقع باطلاً ومخالفاً للقانون أي تسجيل لهذه النقوش والأختام والدمغات.

المطلب الخامس: الغطاءات والرقعات والبكرات

ويقصد بالغطاءات في إطار العلامات التجارية كل ما يمكن أن يستخدم في تغطية المنتجات والسلع والبضائع التي تحمل علامة تجارية معينة ويشمل هذا المفهوم للغطاءات كل من الأغلفة والسدادات والعبوات (القنينة) أو الأوعية أو الصناديق أو العلب أو المحافظ (الكبسولات) أو الإطارات أو اللفافات.

= كذلك ينسب بعض المؤرخين إلى معاوية بن أبي سفيان ضربه لدنانير ذهبية نقش عليها صورته وهو متقلد سيفه، وإذا صح هذا، يكون معاوية هو أول من ضرب صورته في العملات والنقود الإسلامية.ويذكر المؤرخون أن الدراهم الإسلامية المبكرة كانت غليظة قصيرة إلى أن جاء عبد الله بن الزبير في عام 61هـ وضرب الدراهم المستديرة، وقد نقش على أحد وجهيها عبارة محمد رسول الله، وعلى الوجه الآخر عبارة أمر الله بالوفاء.أما في أوروبا فتشير المصادر أن أول من استخدم الأختام في أوروبا هي المملكة المتحدة حيث كان يُستخدم ذلك لبيان الموافقة الملكيَّة على كثير من مستندات الدَّولة. وكان لكلِّ ملك خاتمه الخاص بالإضافة إلى الخاتم السريّ والرَّمز. وأول خاتم ملكي كان الخاتم الخاصّ بالملك إدوارد المُعتَرِف، وكان خاتم وليم الفاتح يصور الملك ممتطيًا جواده مسلَّحًا. وبعد غزو إنجلترا، أضاف خاتماً منقوشًا عليه صورته وهو غير متوَّج. وبعد ذلك، أصبحت صورة الملك غير المتوَّج على وجه الخاتم، بينما صارت صورة الملك ممتطيًا جواده على ظهر الخاتم، والمسئول عن الخاتم الكبير هو اللورد المستشار. وعندما يموت الملك يُكسر الخاتم، ويُصنَّع خاتم جديد.

وتعرف الفقرة الثانية من المادة 6 من قانون علامات البضائع رقم 19 لسنة 1953 الأردني، الغطاءات بأنها أية سدادة أو برميل أو قنينة أو وعاء أو صندوق أو غلاف أو محفظة (كبسولة) أو إطار أو لفافة.

أما الرقعات فيقصد بها أي قطعة صغيرة نوعاً ما تستعمل لكتابة بعض التفاصيل المتعلقة بالبضائع أو السلع أو المنتجات بما في ذلك العناوين أو المحتويات أو طريقة الصنع أو المكونات التي تتكون منها السلعة التي تحمل العلامة التجارية، بغض النظر عن الدعامة التي تتكون منها هذه الرقعات فقد تكون قطعة من قماش وقد تكون قطعة من الورق المقوى وقد تكون من غيرهما، ويدخل في مفهوم هذه الرقعات شريط اللف (الرباط) والتذكرة.

وتعرف الفقرة الثانية من المادة 6 من قانون علامات البضائع المشار إليه أعلاه الرقعة بأنها تشمل شريط اللف (الرباط) أو التذكرة.

وعادة ما تحتوي الرقعة بالمعنى السابق على الوصف التجاري الخاص بالسلعة أو البضاعة التي تحمل العلامة التجارية، ويقصد بالوصف التجاري في هذا الصدد كل وصف أو بيان أو أية إشارة أخرى مما يشير مباشرة أو غير مباشرة إلى رقم البضائع أو مقدارها أو مقياسها أو وزنها أو المكان أو البلاد التي صنعت أو أنتجت فيها البضائع أو استخرجت منه أو طريقة صنع البضائع أو إنتاجها أو المواد المؤلفة منها البضائع أو كون البضائع تتمتع بامتياز أو بحق طبع لا يزال معمولاً به او وبالإضافة إلى كل ما تقدم أي رقم أو كلمة أو علامة مما يؤخذ عادة حسب العرف التجاري دليلاً على أمر من الأمور المذكورة أعلاه بأنه وصف تجاري.

وأما البكرات، فهي عبارة عن كل دعامة قابلة لأن يلف عليها بغض النظر عن المادة التي تتكون منها، كبكرة الخيوط وبكرة الأسلاك المعدنية وبكرة ورق الطباعة.

غاية ما في الأمر أن كل من البكرات والرقعات و الغطاءات تعتبر من قبيل العلامات التجارية إذا ما توفر فيها الشروط الواجب توفرها في العلامة التجارية سواء فيما يتعلق بالجدة والتميز والمشروعية والدلالة على سلع وبضائع معينة وتفريقها عن مثيلاتها من السلع والخدمات بحيث تقوم بوظيفتها في تعريف جمهور المستهلكين بمختلف المنتجات فيقبل عليها عالماً بماهيتها ومفرقاً لها عن غيرها.

المطلب السادس: علامات البضائع

المقصود بعلامات البضائع أو البيانات التجارية كما يحلو للمشرع المصري تسميتها هي كل بيان يوضع على متن البضاعة أو السلعة أو المنتج أي على أي دعامة أخرى متعلقة بهذه البضاعة أو السلعة بهدف بيان ماهيتها بياناً نافياً للجهالة.

ولقد أفرد المشرع الأردني منذ القدم لعلامات البضائع قانوناً خاصاً بها هو القانون رقم 19 لسنة 1953 المنشور على الصفحة 486 من عدد الجريدة الرسمية رقم 1131 تاريخ 1953/1/17 تضمن الأحكام القانونية الخاصة بهذه العلامات.

ووفقاً لأحكام هذا القانون فان المقصود بعلامة البضاعة، هو كل وصف أو إشارة أو كلمة أو رقم أو علامة تشير ولو بطريقة غير مباشرة إلى ذاتية البضاعة من حيث عددها أو مقدارها أو مقياسها أو كيلها أو وزنها أو طاقتها أو عيارها أو مواصفاتها أو حقيقتها أو طبيعتها أو صفاتها الجوهرية أو ما تحتويه من عناصر أو العناصر التي تتدخل في تركيبها أو نوعها أو أصلها أو مصدرها.

والهدف من وضع هذه العلامة على متن البضاعة هو تبيان ماهيتها بوضوح كاف لإزالة أي شك أو لبس لدى جمهور المستهلكين بخصوص البضاعة التي تحمل هذه العلامة فيقبل على اقتنائها وهو عالم بماهيتها ومدركاً لحقيقتها دون أي لبس أو شك، وعليه فان الغاية من وضع هذه العلامات هي حماية المستهلك بالدرجة الأولى وقمع الغش التجارية والتدليس وحماية التجار والصناع من مخاطر المنافسة غير المشروعة،

وتمكين الجهات الحكومية والدوائر الرسمية من إعمال الرقابة على ذاتية البضائع المتداولة في الأسواق.

وطالما أن ما تقدم هو الغاية من وراء الإقرار والاعتراف بعلامات البضائع فانه لا يهم بعد ذلك الكيفية أو الوسيلة التي توضع فيها هذه العلامة ومكوناتها، حيث يستوي أن يتم نقش هذه علامة على متن البضاعة أو طبعها أو إلصاقها وكذلك لا يهم أيضاً مكان وضع هذه العلامة فيمكن أن تكون موضوعة على نفس متن البضاعة ذاتها أو الأغلفة الخاصة بها، كما قد يتم وضعها على المخازن التي تحتوي عليها أو على دفتر الفواتير الخاص بها أو على المطبوعات الخاصة بها كالإعلانات أو أوراق المراسلات الخاصة بها أو غيرها من وسائل عرض البضاعة وتعريف جمهور المستهلكين بها.

ولأن من بين الغايات المرجوة من علامات البضاعة هو قمع حالات الغش والتدليس وحماية المستهلك ولازدياد صور المنافسة غير المشروعة وارتفاع نسبة جرائم تقليد المنتجات والسلع على اختلاف أنواعها وأشكالها، نجد أن وضع علامات البضائع تتمتع بوصف الإلزامية بحيث يجب على كل تاجر أو صانع وضع علامات البضائع الخاصة به وإعلام جمهور الناس بها بصرف النظر بالطبع عن وسيلة أو كيفية ذلك فالغاية هي عرض البضائع على المستهلكين بصورة واضحة الدلالة ونافية للجهالة فيما يتعلق بذاتية هذه البضائع أو حقيقتها.

ولقد ثار التساؤل حول مدى إمكانية اعتبار علامات البضائع من قبيل مفردات الملكية الفكرية، فاتجه البعض[1] إلى عدم اعتبارها كذلك، مشيرين إلى أنه لا يجوز ان يمنح عنها حق الاستئثار في استعمالها.

(1) د. صلاح زين الدين، مؤيداً ما اتجه إليه د.محمد حسني عباس، المرجع السابق، ص465.

ونحن نعتقد على خلاف ذلك أن علامات البضائع تعتبر من قبيل مفردات الملكية الفكرية إذا أبرزت بشكل خاص مميز، وسندنا في ذلك قانون العلامات التجارية نفسه، الذي نصت المادة 7/8 منه على (لا يجوز تسجيل ما يأتي... 7- العلامات المؤلفة من أرقام أو حروف أو ألفاظ تستعمل عادة في التجارة لتمييز أنواع البضائع وأصنافها أو العلامات التي تصف نوع البضائع أو جنسها أو الكلمات التي تدل عادة على معنى جغرافي أو ألقاب إلا إذا أبرزت في شكل خاص...).

وعليه نجد أن الأصل في علامات البضائع أنها لا تعتبر من حقوق الملكية الفكرية إلا إذا أبرزت بشكل خاص يجعلها تتمتع بصفة الجدة والتمييز وتصبح ذات علامة فارقة في الدلالة على منتجات معينة فتميزها عن مثيلاتها، فعندئذ تعتبر علامات البضائع من قبيل مفردات الملكية الفكرية.

وللدلالة على صحة ما اتجهنا إليه تطالعنا العديد من طلبات تسجيل العلامات التجارية المقدمة للجهات المختصة أنها تضمنت في العديد منها على طلبات لتسجيل علامات بضائع أصطلح على تسميتها (Label Mark) حيث تم إبرازها بشكل خاص ومميز فنالت بذلك وصف إحدى مفردات الملكية الفكرية وتم بالتالي منحها الحماية المقررة للعلامات التجارية.

وهنا تكون العلامة المطلوب تسجيلها (Label Mark) تتكون من كافة البيانات التجارية والمواصفات الواردة على متن السلعة أو البضاعة أو على غلافها أو العلبة التي تحتويها، فيتم تقديم هذا الغلاف أو العلبة التي تحتوي على هذه البيانات والمواصفات كعلامة تجارية يراد تسجيلها، فإذا ما قبلت وسجلت تمتعت بالحماية القانونية المقررة لذلك ككل، مع التنازل عن كافة ما ورد من بيانات أو أرقام أو كلمات شائعة الاستعمال في إطار العلامات التجارية، ولقد جرى العمل على قبول مثل هذه العلامات وشمولها بالحماية القانونية المقررة للعلامات التجارية شريطة تنازل مقدم

الطلب عن أي حق في الاستئثار بأي بيان أو وصف أو كلمة أو رقم ورد في علامة البضائع المقدمة من قبله على حده، فالحماية المقررة لعلامات البضائع تكون لكافة هذه البيانات والمواصفات الواردة بشكل لتميز علامة عن أخرى وليست لكل بيان أو وصف على حده على اعتبار أن هذه المواصفات والبيانات تعتبر من الأمور الشائعة الاستعمال في إطار العلامات التجارية.

المطلب السابع: العلامة الصوتية

قد يبدو التصدي للعلامة الصوتية غريباً بعض الشيء خصوصاً مع عدم وجود نص يوضح العلامة الصوتية في القانون الأردني للعلامات التجارية، ولكن الذي دفعني إلى ذلك هو وجود بعض التشريعات العربية التي تنص صراحة على إمكانية أن يكون الصوت مكوناً أو جزءاً من العلامة التجارية.

حيث تطالعنا الفقرة الأخيرة من المادة الثانية من قانون العلامات التجارية الإماراتي رقم 37 لسنة 1992 والمعدل بالقانون رقم 8 لسنة 2002 على " ويعتبر الصوت جزءاً من العلامة التجارية إذا كان مصاحباً لها"، وهو ما يفتح المجال أمام وجود العلامات الصوتية والتي نقصد بها كل إشارة أو دلالة معينة مكونة من لحن أو جمل موسيقية[1] معينة تستخدم لدلالة أو لتمييز بضائع أو سلع أو خدمات معينة".

---

(1) عرفت الموسيقى منذ القدم حيث تدل الدراسات التاريخية والأثرية أن الشعوب الهندية قبل الميلاد قد عرفت الموسيقى حيث وجدت ما عرف بالموسيقى الهندية وهي كما تشير الموسوعة العربية العالمية فن مدروس، يورثه المعلم لتلاميذه ولا يخرج عن هذا النطاق. وخلال بداية القرن العشرين الميلادي انتشر هذا الفن، وتأثرت منطقة شمالي الهند بالتقاليد الموسيقية في إيران واقطار اخرى مجاورة وفي القرنين التاسع عشر والعشرين اقتبست الموسيقى الهندية بعض الخصائص الغربية، وخصوصًا في مجال استعمال الآلات الموسيقية، مثل الكمان، والأرغن. وترجع الموسيقى الهندية الكلاسيكية إلى أحد أصلين الموسيقى الهندوستانية التي نمت في شمالي الهند وتأثرت بالأشكال الموسيقية لإيران والجزيرة العربية وآسيا الوسطى، وموسيقى كارانتاك التي تطورت كجزء من الثقافة الدرافيدية في جنوب الهند.ويستخدم كلا النوعين الراغا أو الراغ كما يستعملان أيضًا التلا أو التال، وهي الدورة الإيقاعية أو إعادة توزيع نموذج الضربات الموسيقية التي تستخدمها القطعة الموسيقية. والموسيقى الهندوستانية. نمت كتقليد واضح بعد =

القرن الثالث عشر الميلادي؛ أي بعد استقرار المسلمين بالهند، إذ تأثرت بالموسيقى الإيرانية والعربية، وهي تعتمد على عدة آلات موسيقية. أما موسيقى الكارانتاك فهي موسيقى جنوبي الهند والمتعمِّقة في التقليد الهندوسي القديم، لذا لم تتأثر كثيرًا بالمسلمين. ويغلب فيها استعمال الصوت على استعمال الآلات، وهي أكثر كلاسيكية من الموسيقى الهندوستانية والآلات الموسيقية. وأهمها آلة السيتار التي ظهرت خلال القرن الثالث عشر الميلادي. ومن الآلات الأخرى المستعملة السارانجي الذي يُعزف عليه باستعمال القوس، كما تستعمل الموسيقى الهندية الحديثة آلات الكمان والأرغن والأرغن القدمي الغربية. ومن أكثر الآلات الإيقاعية شيوعًا الطبل الذي يتكون من طبلين داهينا وباهينا أي يمين ويسار. والآلة الهوائية الرئيسية هي الشاهناي. أما أهم الآلات الموسيقية للكارانتاك فهي الناي، والكمان. ولقد برز فنّ الموسيقى في البداية جزءاً من الاحتفالات والعبادات الدينية والفنون المسرحية الهندية. ويوجد أقدم دليل أثري للرقص على هيئة صور وتماثيل منحوتة يرجع تاريخها إلى نحو عام 2500ق.م. وقد دُوِّنت في كتب الديانة الهندوسية الفيدا لصلتها بالشعائر والطقوس الدينية الهندوسية وصارت الموسيقى المعروفان بسانجيتا مرتبطين بالمسرح وكان أول ما كتب فيهما ناتياشاسترا) دليل الفن المسرحي .(والذي يقال إن مؤلفه شيخ حكيم يُسمَّى بهاراتاموني. وفي القرن الثالث عشر الميلادي، انقسمت الموسيقى إلى قسمين: قسم يتبع التقليد الشمالي الهندوستاني، وآخر يتبع التقليد الجنوبي الكارانتاكي. ولقد بدأت دراسة الصوت في العصور القديمة. فقد أجرى فيثاغورث، الفيلسوف وعالم الرياضيات الإغريقي، تجارب على الأصوات التي تحدثها الخيوط المهتزة منذ القرن السادس قبل الميلاد. ويقال إن فيثاغورث هو الذي اخترع الصونومتر، وهو مقياس الصوت الذي يستخدم لدراسة الأصوات الموسيقية، وفي نحو عام 400 قبل الميلاد، ذكر عالم إغريقي اسمه أرشيتاس أن الصوت ينتج عن حركة جسم يصطدم بآخر. وبعد نحو 50 عامًا، ذكر الفيلسوف الإغريقي أرسطو أن الصوت يُحمل إلى آذاننا بوساطة حركة الهواء. ومنذ ذلك الحين، وحتى نحو 1300م، لم تجر في أوروبا أبحاث علمية تذكر. غير أن العلماء في العالم العربي والإسلامي والهند، طوّروا بعض الأفكار الجديدة عن الصوت بدراسة الموسيقى واستحداث نظم في نظرية الموسيقى. أما عند العرب فقد عُرف علم الموسيقى حيث طبّق العرب مبادئ علم الفيزياء في الأصوات وغيرها على الموسيقى، وكانت عندهم علمًا قائمًا بذاته. والموسيقى عند ابن سينا "علم يعرف منه حال النغم وكيفية تأليف اللحن"، وعند ابن خلدون هي "تلحين الأشعار الموزونة الأصوات على نسب منتظمة معروفة يوقع عند كل صوت منها توقيعًا عند قَطْعِه فيكون نغمة، ثم تؤلّف تلك النغمات بعضها إلى بعض على نسب متعارفة فَيَلَذُّ سماعها. والأصوات تتناسب فيكون منها صوت ونصف صوت وربع صوت وخمس صوت وجزء من أحد عشر من صوت آخر. واختلاف هذه النسب عند تأديتها يخرجها من البساطة إلى التركيب". ونقل العرب إبان حركة الترجمة عددًا من كتب اليونان في الموسيقى، وبذلك انتقل إليهم كثير من النظريات اليونانية في الموسيقى. وكدأبهم في العلوم الأخرى كانوا عمليين، فلم يقبلوا نظرية إلا بعد التثبت منها عملياً. ومن المسلم به في الغرب أن ابن سينا والفارابي وغيرهما زادوا على الموسيقى اليونانية وأدخلوا عليها تحسينات جمّة. وكتاب الفارابي (ت 339هـ، 950م) المسمى كتاب الموسيقى الكبير لا يقل في قيمته عن الكتب اليونانية في الموسيقى، وفي الأندلس زاد زرياب (ت 238هـ، 852م) أوتار العود وترًا خامسًا وسطًا (في المكان والقوة) سمّاه الأوسط، وجعله في وسط الأوتار الأربعة تحت المثلث وفوق المثنى. ويقال إن الفارابي هو الذي اخترع الآلة المعروفة بالقانون، وقد أُطلق على الفارابي لقب المعلّم الثاني لأنه أول من وضع أسس التعاليم الصوتية كما سُمي أرسطو من قبل المعلم الأول لأنه أول من وضع المنطق. ولم يكن الفارابي إلا مطوِّرًا لمدرسة الكندي الذي يرجَّح أن يكون أول من كتب في نظرية الموسيقى. ومن تصنيفاته في هذا المجال المصوتات الوترية؛ ترتيب الأنغام؛ المدخل إلى الموسيقى؛ رسالة في الإيقاع؛ كتاب الموسيقى. والسلم الموسيقي الذي وضعه الكندي هو سلم الموسيقى العربية المستعمل الآن،

وحقيقة الأمر أننا لم نجد نصاً مماثلاً لنص القانون الإماراتي لا في التشريعات العربية ذات الصلة ولا حتى في اتفاقية تريبس التي تعتبر الأرضية التي على أساسها تم تعديل وتغيير كافة التشريعات الوطنية المتعلقة بالعلامات التجارية، ومع ذلك لا يمكننا القول بان موقف و سلوك المشرع الإماراتي يعتبر مغايراً أو مخالفاً للقواعد العامة أو حتى مستغرباً، وذلك لأن العلامة التجارية عبارة عن إشارة مميزة تحدد سلعا أو خدمات معينة على أنها تلك التي ينتجها شخص أو مشروع محدد أو يوفرها، وتساعد المستهلكين على تحديد المنتجات أو الخدمات وشرائها لأن الطبيعة والنوعية اللتين تدل عليهما العلامة التجارية الفريدة تلبيان احتياجاتهم.

وعليه فان مؤدى ما تقدم الإقرار بصعوبة تحديد سقف معين لما يمكن اعتباره علامة تجارية وفقاً لأحكام القانون الذي استخدم أسلوبا مرناً وواسع في تعريفه أو محاولة تعريفه للعلامة التجارية التي وجدنا أنها قد تكون عبارة عن كلمات أو حروف أو أرقام أو خليط ومزيج منها، كما قد تشمل أيضا الرسوم أو الرموز أو الإشارات المجسمة مثل شكل السلعة أو تغليفها أو إشارات سمعية مثل القطع الموسيقية أو الإشارات الصوتية أو حتى الروائح أو الألوان التي تستعمل بمثابة خصائص مميزة لبضاعة معينة.

وعليه من المحتمل بل والوارد أيضاً أن تتكون العلامة التجارية من جملة موسيقية معينة تفرغ على البضاعة المعنية نوعاً من التمييز والتفرد بحيث ينطبع في وجدان المستهلك وبمجرد سماع هذه الجملة أنها بمثابة العلامة المميزة والفارقة لبضاعة معينة عن غيرها.

= ويشتمل على 12 نغمة. ونجد في رسائل إخوان الصفا بحثًا في الموسيقى أدرجوه في القسم الرياضي من الرسالة الخامسة يتناولون فيه صناعة الموسيقى، وكيفية إدراك القوة السامعة للأصوات، وأصول الألحان وقوانينها وكيفية صناعة الآلات وإصلاحها، ونوادر الفلاسفة في الموسيقى وتأثير الأنغام.

وعلى الرغم من إمكانية وجود العلامة التجارية الصوتية وفقاً لما تقدم، نجد أن المشرع الأردني وعلى عكس نظيره الإماراتي لم ينص على اعتبار الصوت أو الجمل الموسيقية من قبيل العناصر أو الأشكال التي قد تتخذها العلامة التجارية، بل على العكس نرى أن المشرع الأردني قد نص صراحة على وجوب أن تكون العلامة المراد تسجيلها وحمايتها قابلة للإدراك بالنظر وهو ما يقطع الشك باليقين حول إمكانية احتمال قبول العلامة الصوتية وتسجيلها وحمايتها في ظل القانون الردني الحالي للعلامات التجارية.

إن الإقرار بإمكانية اعتبار اللحن الموسيقي[1] بمثابة علامة تجارية سيظهر لنا ـ كما سنرى لاحقاً ـ صحة العلاقة القائمة بين العلامات التجارية من جهة والمصنفات

---

(1) ذكر في الموسوعة العربية العالمية في شان الصوت أن إخوان الصفا قدموا في القرن الرابع الهجري، العاشر الميلادي، موجزًا شاملاً في علم الأصوات وعلم الموسيقى، وعرفوا الصوت بانه "قرع يحدث في الهواء من تصادم الأجرام... وانه يتموج إلى جميع الجهات". كما قسموا الأصوات إلى اربعة أنواع :جهيرة وخفيفة وحادة وغليظة وعزوا ذلك إلى طبيعة الأجسام وقوة تموج الأصوات. وقد أبان ابن سينا في رسالة له بعنوان أسباب حدوث الحروف بأن الصوت ينتج عن تموج الهواء دفعة وبقوة وسرعة. ولم تقف إسهامات العلماء العرب عند تعريف الأصوات بل تعدت ذلك إلى ان طبقوا مبادئ علم الفيزياء في الأصوات على الموسيقى وذلك نحو عام 425هـ، 1033 م. وتحكم الصوت كعلم نظرية تسمى النظرية الموجية والتي تعني"أن الصوت ينتقل على شكل موجات" وقد سبق العلماء العرب والمسلمون غيرهم في الإشارة إلى هذا المفهوم، غيرأن العلماء الأوروبيين لم يشرعوا في تجارب موسعة عن طبيعة الصوت إلا في أوائل القرن السابع عشر الميلادي. ففي تلك الفترة تقريبًا، وضّح الفلكي والفيزيائي الإيطالي جاليليو بالتجربة أن تردد موجات الصوت هو الذي يحدد طبقته. لقد قام بحك قاطعة ذات أسنان على سطح لوح من النحاس فأحدث صوتًا حادًا، ثم ربط بين مسافة الأخاديد التي تركتها الأسنان على اللوحة وطبقة الصوت الحاد الذي نتج عنها. وفي نحو عام 1640م، تمكن مارن ميرسين، وهو عالم رياضيات فرنسي، من إجراء أول قياس لسرعة الصوت في الهواء. وبعد نحو عشرين عامًا، أثبت الكيميائي والفيزيائي الأيرلندي روبرت بويل تجريبيًا ان موجات الصوت لابد أن تنتقل في وسط. وقد برهن بويل على أنه لا يمكن سماع صوت جرس داخل جرة أفرغ منها الهواء بقدر الإمكان. وفي أواخر القرن السابع عشر الميلادي، صاغ العالم الإنجليزي إسحاق نيوتن علاقة تكاد تكون صحيحة بين سرعة الصوت في وسط وبين كثافة الوسط وقابليته للانضغاط. وفي منتصف القرن الثامن عشر الميلادي، أوضح دانيال برنولي، وهو رياضي وفيزيائي سويسري، أن الخيوط يمكن أن تهتز عند أكثر من تردد في نفس الوقت. وفي أوائل القرن التاسع عشر، طوّر رياضي فرنسي اسمه جان بابتيست فورير طريقة رياضية، يمكن أن تستخدم لتحليل موجات الصوت المعقدة إلى النبرات البسيطة التي تتكون منها. وفي الستينيات من القرن التاسع عشر الميلادي درس هيرمان فون هيلمولتز، وهو فيزيائي =

الماني، تداخل موجات الصوت، وإنتاج الضربات وعلاقة كل منهما بإحساس الأذن بالصوت. ولقد تأسس جزء كبير من علم الصّوتيات الحديث على مبادئ الصوت الموجودة في كتاب نظرية الصوت الذي ألفه الفيزيائي البريطاني البارون رايلي في عام 1878م. ورغم أن الكثير من خصائص الصوت معروفة منذ ذلك الوقت الطويل، إلا أن علم الصّوتيات استمر يتوسع في مناطق جديدة. وفي الأربعينيات من القرن العشرين، وضح جورج فون بيكيسي، وهو فيزيائي أمريكي، كيف تميّز الأذن بين الأصوات. وفي الستينيات من القرن العشرين توسع علم الصّوتيات سريعًا استجابة للاهتمام المتزايد بتأثيرات التلوث الضجيجي الفيزيائية والنفسية الضارة. وشملت بحوث علم الصّوتيات في سبعينيات القرن العشرين، دراسة الاستخدامات الجديدة للموجات فوق الصوتية وتطوير معدات فوق سمعية أفضل. وخلال أوائل الثمانينيات، شمل البحث أجهزة أفضل لإعادة إنتاج الصوت وتطوير الحواسيب التي تستطيع أن تفهمه وتعيد إنتاجه. كما درس مهندسو علم الصّوتيات الاستخدامات الممكنة للموجات تحت الصوتية، أي الصوت الذي يكون تردده أقل من مدى السماع البشري. وكل الأصوات التي نسمعها تشترك في أمر واحد هو أن كل صوت من هذه الأصوات تحدثه اهتزازات جسم ما، فعندما يهتز الجسم فإنه يجعل الهواء المحيط به يهتز. تنتشر الاهتزازات في كل الاتجاهات مبتعدة عن المصدر. وعندما تدخل الاهتزازات آذاننا تنتقل إلى الدماغ الذي يترجمها إلى أصوات. ورغم أن كثيرًا من الأصوات التي نسمعها تنتقل عبر الهواء، إلا ان الصوت يمكن أن ينتقل خلال أي مادة. فمثلاً، ينتقل الصوت جيدًا عبر الأرض الصلبة. ولهذا السبب كان الهنود الأمريكيون يضعون آذانهم على الأرض يتنصتون لضربات حوافر الخيول القادمة من بعيد. أما صوت الإنسان فتنتجه الحنجرة وهي جزء من الحلق. تمتد طبقتان من الأنسجة عبر الحنجرة. وبين هاتين الطبقتين، اللتين تسميان الحبال) الأوتار (الصوتية، فتحة مستطيلة ضيقة. وعندما نتكلم تشد عضلات الحنجرة الحبال الصوتية فتحدث ضيقًا في الفتحة. يندفع الهواء من الرئتين عبر الحبال المشدودة فيجعلها تهتز. وهذه الاهتزازات تنتج الصوت. كلما زادت قوة شد الحبال الصوتية، اهتزت بشكل أسرع، وأحدثت صوتًا أعلى. للطيور والضفادع وكل الثدييات تقريبًا حبال صوتية أو تركيبات مشابهة، تجعلها تنتج الأصوات على نحو ما يفعل البشر. وينتج الدُّلفين أصواتًا قصيرة حادة وصفيرًا في أكياس تمتلئ بالهواء متصلة بفتحة الزفير في أعلى رأسه. كما أن طنين النحل والذباب ينتج عن اهتزازات أجنحتها في الهواء. وهناك حشرات كثيرة أخرى تنتج الصوت عن طريق فرك جزء من جسمها على جزء آخر. فبعض الحشرات القفازة مثلاً ,تغني' بفرك أجزاء من أجنحتها الأمامية بعضها ببعض، وبعض أنواع الأسماك تطقطق أو تنق أو تئن أو تحدث أصواتًا أخرى عن طريق اهتزازات في عضو شبيه بالكيس، تحت عظمة الظهر يسمى المثانة الهوائية. وهنالك أنواع معينة من السمك الصدفي تحدث أصوات طقطقة بضرب مخالبها بعضها ببعض. كما أن نوعًا من الروبيان يحدث بنفض أحد مخالبه، صوتًا شبيها بصوت طلقة البندقية.وتحدث الآلات الموسيقية المختلفة الأصوات بطرق مختلفة. وتنتج بعض الآلات الصوت عندما تُطرق. فنشاء الطبلة مثلاً يحدث الصوت عندما يهتز نتيجة الطرق. وهنالك آلات موسيقية، مثل الساكسفون، لها سلسلة من القضبان أو الأنابيب، يحدث كل منها نبرة خاصة عندما يُطرق. وتنتج أصوات العود والكمان والبيانو عندما يجعل العازف واحدًا أو أكثر من أوتاره يهتز. وتجعل الأوتار المهتزة بعض أجزاء جسم الآلة تهتز محدثة ذبذبات، وحركة في الهواء المحيط بها. ويتم العزف على أوتار الكمان بالقوس عادة، بينما تنقر أوتار العود بالأصابع. وتُحدِث أصوات البيانو، عندما تُضرب مفاتيح البيانو، فتتحرك مطارق مبطنة داخله وتتصل بالأوتار فتهزها. تولد الآلات الهوائية، مثل أنواع المزامير المختلفة، الأصوات نتيجة اهتزاز أعمدة الهواء داخلها. وفي المزمار العادي جزء مسطح رفيع، يسمى اللسان ملتصق بفتحة الفم. يهتز اللسان عندما ينفخ العازف فيه، مما يجعل عمود الهواء داخل المزمار يهتز. وفي بعض أنواع المزامير، يهتز الهواء عندما ينفخ العازف في فتحة صغيرة في مقدمة المزمار، أو عندما تهتز

الفكرية وحقوق المؤلف من جهة أخرى وهو ما سيثبت لنا إمكانية أن تكون العلامة التجارية في مرحلة من مراحلها بمثابة إحدى مفردات حق المؤلف وبنفس الوقت فإن هذه المفردات من الممكن والجائز قانوناً أن تشكل علامات تجارية مقبولة ومحمية بنص القانون.

وينبغي قبل الانتهاء من التصدي للعلامة الصوتية أن نلفت الانتباه إلى أن هناك فرق بين العلامة الصوتية والجرس الصوتي الذي يعتبر في بعض الأحيان احد المعايير المتفق عليها لتحديد الفرق أو الشبه بين العلامات التجارية المختلفة أو المتشابه.

فالجرس الصوتي[1] هو إحدى خصائص الأصوات الموسيقية أو كما يسمى علمياً بنوعية الأصوات، والتي تعمل على التمييز والتفريق بين الأصوات التي تنتجها آلات موسيقية مختلفة ولها نفس التردد ونفس الشدة، أما العلامة التجارية الصوتية فهي العلامة التجارية المحددة قانوناً إلا أن ما يفرقها عن غيرها أن الصوت ـ وفقاً للمعنى المتفق عليها للصوت ـ يعتبر هنا جزءاً منها، والفرق بالطبع كبير بين عناصر العلامة

شفاه العازف فتجعل عمود الهواء يهتز تبعًا لها.وللصوت أهمية كبرى في حياتنا. فهو أولاً يمكننا من الاتصال بعضنا ببعض عن طريق الكلام. كما أن أصواتًا كثيرة، مثل الموسيقى وتغريد العصافير، تدخل البهجة إلى النفس. وأصوات البث الإذاعي والتلفازي تنقل إلينا آيات كتاب الله الكريم والمعلومات والترويح. وهناك أصوات تنذرنا بالأخطار مثل بوق السيارة وأجراس الحريق. كما نستخدم الصوت بطرق عديدة أخرى. ونستطيع أن نعرف ما إذا كان الجسم مجوفًا إذا قرعناه. ويتمكن الطبيب من تشخيص المرض بعد استخدام السماعة الطبية ليتنصت لأصوات القلب والرئتين.

(1) فكل صوت موسيقي يتكون من خليط من النغمة الفعلية التي أحدثت وعدد من النغمات الأعلى منها المتصلة بها. والنغمة الفعلية التي عزفت هي النغمة الأساسية أما النغمات الأعلى فهي النغمات التوافقية المصاحبة للنغمة الأساسية. فعندما ينتج أحد أوتار الكمان نغمة، على سبيل المثال، فإن اهتزاز الوتر الكلي هو الذي يحدث النغمة الأساسية. وفي حين يهتز الوتر في مقاطع منفصلة في نفس الوقت، فقد يهتز في جزءين أو ثلاثة أو أربعة أجزاء أو أكثر. وكل من هذه الاهتزازات ينتج نغمة توافقية ذات تردد وطبقة صوتية أعلى من النغمة الأساسية. وكلما زاد عدد المقاطع المهتزة، ارتفع تردد النغمة التوافقية الناتجة.ويساعد عدد النغمات التوافقية وقوتها في تحديد نوعية الصوت المميزة للآلة الموسيقية. على سبيل المثال، نغمة المزمار تبدو ناعمة وحلوة لقلة عدد النغمات التوافقية وضعفها. وعندما تعزف النغمة نفسها على البوق، فإنها تبدو قوية وساطعة لأن النغمات التوافقية كثيرة وقوية.

التجارية وبين أحد المعايير المتبعة للكشف عنها وبيان مدى تشابهها أو اختلافها عن غيرها من العلامات.

المطلب الثامن: العلامة التجارية المختلطة

بعد أن تضمن التشريع الأردني الخاص بالعلامات التجارية في مادته السابعة تعداداً للعناصر التي من الممكن أن تتشكل منها العلامة التجارية والتي سبق لنا التعرض لها (الأسماء والحروف و الأرقام والأشكال أو الألوان..) أقر ـ ويماثله في ذلك نظيره الإماراتي ـ بإمكانية اشتمال العلامة التجارية الواحدة لأكثر من عنصر من العناصر المذكورة بحيث قد تتشكل هذه العلامة من أرقام وحروف كما قد تتشكل من كلمات وألوان أو من أرقام وحروف وكلمات وألوان، بمعنى أن العلامة التجارية من الجائز أن تكون مختلطة من بين كافة العناصر التي قد تتشكل منها دون أن يمنع ذلك من قبول طلب تسجيلها أو مدها بالحماية المقررة قانوناً لها.

غاية ما في الأمر أن تكون هذه العلامة التجارية المختلطة ذات صفة فارقة والتي تعني قانوناً أن تكون هذه العلامة موضوعة على شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس.

ولغايات الكشف عن مدى تمتع العلامة التجارية بالصفة الفارقة أعطى القانون لمسجل العلامات التجارية أو للمحكمة مكنة الكشف عن ذلك من خلال مدة استعمال العلامة محل البحث إذا كانت مستعملة استعمالاً فعلياً وقانونياً الأمر الذي أدى بالفعل إلى تمتعها نتيجة طول مدة استعمالها بالصفة الفارقة.

الفصل السادس
العلامة التجارية وباقي مفردات الملكية الفكرية

على الرغم من تعدد مفردات الملكية الفكرية إلا اننا نرى أنها جميعها مرتبطة ببعضها البعض بقاسم مشترك واحد ألا وهو أنها نتاج العقل والذهن والأبداع والخلق، ومن هذا المنطلق تشمل الملكية الفكرية بين طياتها ثلاثة مجموعات تتضمن كافة المفردات الناتجة عن إعمال العقل والفكر والإبداع، أما هذه المجموعات فهي:

- مجموعة الأفكار والآراء ونتاج العقل والذهن والخيال والفن وجميع الصور الأخرى للإبداع الفكري أو العقلي ولقد اصطلح على تسمية هذه المجموعة بالملكية الأدبية أو الفنية.
- مجموعة العناصر المادية والمعنوية المخصصة لممارسة مهنة تجارية أو صناعية معينة (كالمتجر، والأسهم والعلامات التجارية والأسماء التجارية وعلامات البضائع والسندات التجارية، مجموعة الرسوم والنماذج الصناعية وبراءات الاختراع). ولقد اصطلح على تسمية هذه المجموعة بالملكية الصناعية و التجارية[1].

ومن المتصور أن تتشابه العلامة التجارية مع غيرها من مفردات الملكية الفكرية تشابهاً كبيراً قد يؤدي بدوره إلى حدوث اللبس لدى البعض، خصوصاً أن العديد من التعريفات الفقهية والتشريعية للعلامة التجارية استخدمت أسلوبا وتعريفاً مطاطياً وواسعاً يجعلها تقترب جداً من مناطق غيرها من مفردات الملكية الفكرية، كما هو الحال بالنسبة للعلامة التجارية والاسم التجاري والعلامة التجارية والرسم الصناعي وكذلك العلامة التجارية والمصنف الفكري، على نحو ما سنبينه فيما يلي:

---

(1) انظر لمزيد من التعمق للمؤلف، الملكية الفكرية، دار الجيب، عمان 1998 الطبعة الأولى، ص 25 وما بعدها

المبحث الأول
العلامة التجارية والاسم التجاري

بينا سابقا أن المقصود بالعلامة التجارية هو كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة شعارا لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن مثيلاتها التي يملكها الآخرين.

أما المقصود بالاسم التجاري، فهو الاسم أو اللقب أو الكنية المستخدم للدلالة على المحل التجاري (الحيز المكاني المخصص لممارسة مهنة تجارية معنية)، او هو كما يعرفه البعض[1] - بحق - بأنه "الأسم الذي يستخدمه التاجر فرداً كان أم شركة في مزاولة تجارته وتمييز مؤسسته التجارية عن غيرها".

ويعرفه قانون الاسماء التجارية[2] بانه " الاسم الذي يختاره الشخص لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات والذي يتكون من تسمية مبتكرة او من اسم الشخص أو لقبه أو منها جميعاً ومع أي إضافة تتعلق بنوع التجارة أو النشاط الذي يمارسه".

ومن هنا يتضح لنا الفرق بين الاثنين، فالعلامة التجارية تستخدم للدلالة وتمييز البضائع أو المنتجات أو الخدمات، أما الاسم التجاري فيستخدم للدلالة أو تمييز المحال التجارية أو المنشآت التي تمارس فيها المهنة التجارية أو الصناعية أو يقدم من خلالها خدمة معينة للجمهور. هذا أمر.

أما الأمر الثاني، فهو أن العلامة التجارية لها العديد من الصور والأشكال والرسوم التي من الممكن أن تتكون منها، فقد تكون العلامة التجارية عبارة عن

---

(1) استاذنا الدكتور مصطفى كمال طه، القانون التجاري، الدار الجامعية، بيروت 1988 ص 769.

(2) رقم 22 لسنة 2003 المنشور على الصفحة 1671 من عدد الجريدة الرسمية رقم 4592 بتاريخ 2003/4/16.

أرقام مكتوبة أو حروف موضوعة بشكل معين أو أسماء أو صور أو رسوم أو نقوش بارزة أو مطبوعة أو محفورة، أما الاسم التجاري فهو محصور في شكل معين الا وهو الاسم أو اللقب أو الكنية او منها جميعاً مع أي إضافة تتعلق بنوع التجارة او النشاط الذي يمارسه صاحب هذا الاسم.

ومن جهة ثالثة، فان التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لا يستطيع استخدام العلامة التجارية المملوكة من قبله في التوقيع على معاملاته الرسمية، أما في الاسم التجاري فيستطيع صاحبه إجراء وتوقيع معاملاته الرسمية متى كان هذا الاسم هو الاسم المدني له وحتى ولو كان مضافا إليه بعض الأوصاف أو الألقاب الأخرى.

ومن جهة أخيرة، فان هناك اختلاف في مكان وضع كل من الاسم التجاري والعلامة التجارية وفي كيفية وضعها، إذ نجد أن العلامة التجارية توضع على المنتجات والسلع والخدمات وباقي البضائع سواء كان ذلك باللصق أو الختم أو الطبع أو النقش أو الحفر، أما الاسم التجاري فهو يوضع في كيفية ومكان واحد، وهو واجهة المحل التجاري أو المنشأة التي يمارس فيها العمل التجاري أو الصناعي أو الخدماتي كتابة وبشكل واضح للجمهور[1].

وجديراً بالذكر أن قانون الأسماء التجارية قد أضفى على الأسم التجاري صفة قانونية بحيث يكون صالحاً لإسناد الالتزامات والحقوق إليه في الشؤون التجارية المتعلقة بالمحل التجاري وبحيث يجيز للتاجر ان يستعمل هذا الأسم للتوقيع به على معاملاته وأوراقه التجارية في هذا الشؤون[2].

---

(1) انظر هذه التفرقة لدى المؤلف، المرجع السابق، 171 وما بعدها وكذلك انظر للمؤلف، القانون الواجب التطبيق على مسائل الملكية الفكرية، رسالة دكتوراه، 2001 ص156 وما بعدها

(2) قرار عدل عليا رقم 1985/94 فصل 1985/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1986 عدد 4 ص491

ووفقاً لما تقدم قضت محكمة العدل العليا الأردنية "أن مجرد تسجيل كلمة معينة كأسم تجاري للشركة المعترضة عن طريق الاستعمال وأنها أصبحت معروفة في الأردن وتميز بضائع هذه الشركة ، وأن نفس الكلمة تؤلف جزءاً رئيسياً من العلامات التجارية المطلوب تسجيلها باسم الشركة المعترضة عليها لاستعمالها على بضائع هي من صنف بضائع الشركة المعترضة، فإن تسجيل هذه الكلمة باسم الشركة المعترضة عليها كجزء من علاماتها من شأنه أن يشكل منافسة غير مشروعة ويؤدي إلى غش الجمهور"[1].

(1) قرار عدل عليا رقم 1977/75 فصل 1977/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين لسنة 1977 عدد 9 ص 1178.

المبحث الثاني
العلامة التجارية والرسم الصناعي

على الرغم من التشابه الكبير بين العلامة التجارية والرسم الصناعي، إلا أن لكلا الفكرتين مفهوم مختلف عن الآخر، فالعلامة التجارية هي كل إشارة أو دلالة مميزة يستخدمها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز بضاعته أو صناعته أو خدماته عن مثيلاتها، أما الرسم الصناعي فان المقصود منه هو مجرد ترتيب معين للخطوط ينتج عنه شكل معين فيعطي المنتج أو السلعة رونقا وشكلا خاص بها يجذب إليه الجمهور ويميزها عن غيرها[1].

وبالتالي فان مفهوم العلامة التجارية أكثر شمولية من مفهوم الرسم الصناعي بحيث أن المفهوم الأول يستوعب الثاني، إذ يمكننا القول بأن كل رسم صناعي من الممكن أن يستخدم ليكون علامة تجارية إذا رأى مالكها مصلحة في ذلك وهو ما أثبته الواقع العملي حديثاً حيث ظهرت على الساحة العملية ما أصلح على تسميته بالعلامة التجارية ثلاثية الأبعاد .(Three dimension trademark)[2]، ولكن من الصعوبة بمكان القول بأن كل رسم صناعي هو علامة تجارية.

---

(1) انظر د. صلاح زين الدين، المرجع السابق، 387 وكذلك انظر للمؤلف، الملكية الفكرية، المرجع السابق، ص 142 وما بعدها

(2) العلامة التجارية ثلاثية الأبعاد وهي العلامة المجسمة التي تعتمد على شكل المنتج الخارجي، وتعتبر اعتبارات إظهار الصورة الجرافيكية الصحيحة للمنتج وقدرة الشكل الخارجي على تمييز المنتج الذي يعبر عنه هي من الصعوبات التي واجهت تسجيل مثل هذه العلامات، ووفقاً لبعض القوانين يجب ان يتضمن طلب التسجيل، النص على ان هذه العلامة ثلاثية الأبعاد مع تقديم طلب خاص يتضمن عينة من الشكل أو رسم توضيحي، والمثال الأشهر على هذه العلامة هو شكل الزجاجة الخارجية لماركة كوكاكولا وأيضاً الشكل الخارجي لحلوى (السينابون) الشهيرة والتي سجلت كعلامة تجارية في الولايات المتحدة الأمريكية والشكل الخاص بكمبيوتر (iMAC)، ولمزيد من التفصيل حول هذه العلامة انظر د. مصطفى العطيات، التجارة الالكترونية الدولية وآثارها على استخدامات العلامات التجارية، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة سنة 2008 ص 193 وما بعدها.

المبحث الثالث
العلامة التجارية والمصنف الفكري

وكما تتشابه العلامة التجارية مع كل من الرسم الصناعي والاسم التجاري فانها تتشابه أيضاً مع المصنفات الفكرية، وهو أمر ليس بمستغرب حدوثه على اعتبار أن كافة مفردات الملكية الفكرية على الرغم من تعددها وكثرتها إلا أنها تجتمع كلها على قاسم مشترك أعظم إلا وهو اعتبارها نتاج العقل والفكر والذهن والإبداع.

ومن هذا المنطلق يمكننا التأكيد على أن العلامة التجارية في إحدى مراحلها تعتبر مصنف فكري محمي قانوناً على اعتبار ان المصنف الفكري ما هو إلا ابتكار بشري في صنف من صنوف الحياة الأدبية والعلمية والفنية وبصرف النظر عن أهميته أو الغرض منه أو حتى نوعه.

أضف إلى ذلك أن العلامة التجارية بحد ذاتها وجدنا أنها من الممكن أن تتكون من اسماء أو كلمات أو حروف او عبارات نثرية تصاغ بطريقة معينة للدلالة على صنف معين من الأصناف أوالسلع أوالبضائع أوالخدمات، وهذه العبارات قد تشكل بحد ذاتها مصنفات فكرية محمية وفقاً لقانون حق المؤلف على الرغم من اعتبارها علامات تجارية او اجزاء من علامة تجارية مسجلة.

إذن فالتشابه بين العلامة التجارية والمصنف الفكرية قائم وموجود ومن الممكن حدوثه طالما علمنا أن العلامة التجارية في مراحل تكوينها واعدادها وإنشائها وتجميعها أو تلوينها او زخرفتها أو تشكيلها تعتبر في هذه المرحلة بمثابة مصنف فكري بحيث لو تم الاعتداء عليها في هذه المرحلة يمكن لصاحبها أو منشؤها ومعدها المطالبة بوقف هذا الاعتداء والمطالبة بالتعويض عن هذا التعدي غير المشروع.

ومن الأدلة المؤيدة لما تقدم أن قانون دولة الإمارات العربية الخاص بالعلامات التجارية رقم 37 لسنة 1992 المعدل بالقانون رقم 8 لسنة 2002، يعرف في مادته الثانية العلامة التجارية - كما وجدنا من قبل - بأنها" كل ما يأخذ شكلاً مميزاً من أسماء أو كلمات أو إمضاءات أو حروف أو أرقام أو رسوم أو رموز أو عناوين أو دمغات أو أختام أو صور أو نقوش أو إعلانات أو عبوات أو أية علامة أخرى أو أي مجموع منها إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم إما في تمييز بضائع أو منتجات أو خدمات أياً كان مصدرها وإما للدلالة على أن البضائع أو المنتجات تعود لمالك العلامة بسبب صنعها أو انتقائها أو الاتجار بها أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات، ويعتبر الصوت جزءاً من العلامة التجارية إذا كان مصاحباً لها".

وعليه فإن العلامة التجارية بالمعنى المتقدم قد تتكون من مزيج وترتيب معين وتنسيق معين للخطوط والألوان، حيث قد تكون العلامة التجارية في مرحلة مزج وترتيب وتنسيق الألوان والخطوط التي تتكون منها تنطوي على خطوة ابتكارية معينة، وهذه الخطوة الابتكارية تجعلها مؤهلة لصبغ وصف المصنف الفكري عليها، فهي في هذه المرحلة تعتبر بمثابة تأليف مبتكر في مجال فني معين، وحيث أن قانون حق المؤلف والحقوق المجاورة الإماراتي يعرف المصنف الفكري بأنه " كل تأليف مبتكر في مجال الآداب أو الفنون أو العلوم أياً كان نوعه أو أهميته أو شكله أو الغرض منه " فالشرط الوحيد اللازم لشمول أي تأليف بحماية قانون حق المؤلف والحقوق المجاورة هو الابتكار فقط والذي يقصد به قانوناً الطابع الإبداعي الذي يُسبغ على المصنف الأصالة والتمييز، وبالتالي يثبت لنا أن العلامة التجارية المتكونة من مزج وتنسيق وترتيب معين للألوان والخطوط تعتبر بمثابة مصنف فكري واجب الحماية وفقاً لأحكام قانون حق المؤلف والحقوق المجاورة، كونها تنطوي على ابتكار وإبداع يعطيها صفة التمييز والأصالة.

وطالما أن العلامة التجارية المتكونة من مزج للألوان والخطوط تعتبر بمثابة مصنف فكري محمي قانوناً، فإن مؤدى ذلك اعتبار مالكها الذي ابتكرها وأبدعها بمثابة المؤلف وفقاً للمعنى المقصود بذلك طبقاً لحكام قانون حق المؤلف والحقوق المجاورة.

فإن معنى ما تقدم أن الاعتداء على المصنفات الفكرية التي تدخل العلامة التجارية المعتدى عليها من ضمنها وفقاً لما تقدم يتخذ العديد من الأشكال والصور ومنها: النسخ والذي يقصد به وفقاً لأحكام قانون حق المؤلف والحقوق المجاورة بأنه "عمل نسخ أو أكثر من مصنف أو تسجيل صوتي أو برنامج إذاعي... في أي شكل أو صورة، بما في ذلك التحميل أو التخزين الالكتروني الدائم أو المؤقت و أيا ما تكون الطريقة أو الأداة المستخدمة في النسخ" وذلك تمهيداً لتثبيتها على دعامات ورقية أو اسطوانات مدمجة أو أشرطة مسموعة أو مرئية.

وعليه إذا قام شخص بتخزين وتحميل العلامة التجارية مسجلة ومحمية على جهاز الحاسوب الخاص بها ومن ثم تثبيتها على شريط مرئي أو مدمج أو أي دعامة أخرى من الدعامات المستخدمة لذلك، فان ذلك مدعاة إلى القول بثبوت قيامه بنسخ العلامة التجارية (المصنف) دون وجه حق ودون الحصول على ترخيص خطي بذلك من مالك هذه العلامة، وبالتالي تعتبر جريمة النسخ دون وجه حق متوفرة بحقه ويكون مستوجباً للعقاب الرادع وفقاً لأحكام القانون ذو الصلة.

وبنفس المعنى تعتبر المطبعة ـ كونها تعتبر من قبيل المحلات التي تتولى توزيع أو بيع أو نسخ نماذج المصنفات ـ التي قامت بتحميل وتخزين العلامة على أجهزة الحاسوب التي لديها أو تخزينها على شريط مدمج دون الحصول على إذن المالك الأصلي للعلامة التي هي في هذه المرحلة بمثابة مصنف فكري، تعتبر مرتكبة لجريمة النسخ غير المشروع ويحق عليها تبعاً لذلك العقوبة الجزائية المقررة.

الباب الثاني

جريمة تزوير العلامات التجارية بصورتها المعلوماتية

تمهيد وتقسيم:

حرصاً من المشرع الأردني على ضمان قيام العلامة التجارية بدورها ووظيفتها الهامة سواء على المستوى الاقتصادي أو الاستثماري، أفرد لها العديد من وسائل الحماية التي تتمثل في الحماية المدنية من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة التي يستطيع مالك العلامة إقامتها على من يعتدي على علامته مطالباً بالتعويض المدني وجبر الضرر الحاصل له من جراء هذا الاعتداء.

وكذلك تتمثل في الحماية الجزائية على اعتبار أن التعرض أو التعدي على العلامة التجارية يعتبر بنظر القانون جريمة يعاقب عليها القانون بالحبس والغرامة ـ كما سيمر معنا فيما بعد ـ .

وكذلك تتمثل في الحماية المعلوماتية على اعتبار أن العلامة التجارية متى تمت معالجتها آلياً أو إلكترونياً أو عبر الحاسوب تعتبر ـ كما سوف نرى ـ من قبيل البيانات والمخرجات المعالجة معلوماتياً وبالتالي تكون أهلاً لرفدها بالحماية المقررة لمخرجات أو مضامين الحاسوب أو شبكة الانترنت.

كما وتتمثل هذه الحماية أخيراً بالحماية الجمركية على اعتبار أن العلامة التجارية أصبحت منذ إقرار تعليمات وتدابير الحدود الجمركية محلاً لهذه التدابير والتعليمات وبالتالي أصبحت هذه التعليمات وتلك التدابيرالجمركية تطبق عليها الأمر الذي أدى إلى رفدها بحماية من نوع جديد لم يكن موجوداً من قبل ألا وهو الحماية الجمركية[1].

(1) انظر نص المادة 41 من قانون الجمارك الأردني وكذلك التعليمات الصادرة بموجب هذه المادة والتي تعرف بالتدابير الحدودية لحماية حقوق رقم 7 لسنة 2000 ، والمنشور على الصفحة 4013 من عدد الجريدة الرسمية رقم 2457 تاريخ 2000/10/1.

ونظراً لخصوصية موضوع هذه الدراسة ستقتصر معالجتنا هنا للحماية الجزائية للعلامة التجارية المتمثلة في تجريم صور الاعتداء على العلامة التجارية المسجلة سواء بالتزوير أو التقليد او الاستعمال غير المشروع.

وقبل ظهور الجرائم الجديدة والتي اصطلح على تسميتها بالجرائم المعلوماتية كانت كتب القانون والمراجع الفقهية المتعلقة بحماية العلامات التجارية تتناول بالبحث والتحليل الجرائم المرتكبة على العلامات التجارية بشكلها التقليدي حيث لم تكن الوسائل المعلوماتية الحديثة معروفة بعد وبالتالي لم يكن موجوداً أنذاك جرائم معلوماتية خاصة بالعلامات التجارية حيث لم يكن هناك تزوير معلوماتي او استعمال معلوماتي للعلامة التجارية دون وجه حق.

ولهذا نرى أن نصوص التجريم الخاصة بالاعتداء على العلامات التجارية وهي كل من المادة 38 من قانون العلامات التجارية[1] والمادة 3 من قانون علامات البضائع[2]

---

(1) تنص هذه المادة على يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر ولا تتجاوز سنة واحدة أو بغرامة لا تقل عن مائة دينار ولا تتجاوز ثلاثة آلاف دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين كل من ارتكب بقصد الغش فعلاً من الأفعال التالية:

أ – زور علامة تجارية مسجلة وفقاً لأحكام هذا القانون، أو قلدها بطريقة تؤدي إلى تضليل الجمهور، أو وسم داخل المملكة علامة تجارية مزورة أو مقلدة على ذات الصنف من البضائع التي سجلت العلامة التجارية من أجلها .

ب – استعمل دون حق علامة تجارية يملكها الغير على الصنف ذاته من البضاعة التي سجلت العلامة التجارية من أجلها.

ج – باع أو اقتنى بقصد البيع أو عرض بضاعة تحمل علامة تجارية يعتبر استعمالها جرماً بمقتضى البندين (أ) و (ب) من هذه الفقرة وكان لديه علم مسبق بذلك.

2 – بالرغم مما ورد في الفقرة (1) من هذه المادة يعاقب الأشخاص الذين يبيعون أو يعرضون للبيع أو يقتنون بقصد البيع بضاعة تحمل علامة تجارية يعتبر استعمالها جرماً بمقتضى البندين (أ) و (ب) من الفقرة (1) من هذه المادة بغرامة لا تقل عن خمسين ديناراً ولا تتجاوز خمسمائة دينار.

3 – تسري أحكام الفقرة (1) من هذه المادة على كل من شرع في ارتكاب أي فعل من الأفعال المنصوص عليها في هذه الفقرة أو ساعد أو حرض على ارتكابها.

2 والتي تنص على "1- كل من:

أ . زور علامة تجارية، أو

=

تعالج التزوير والتقليد والاستعمال غير المشروع للعلامة التجارية دون ان تبين إذا كان هذا التزوير او ذلك التقليد او الاستعمال غير المشروع قد تم عبر الوسائل المعلوماتية الحديثة أم عبر الوسائل التقليدية.

ومع التطور الذي طرأ على وسائل الاتصال ونقل المعلومات الذي ساد كافة مناحي الحياة أصبح من الممكن أن يتم الاعتداء على العلامة التجارية من خلال استخدام الوسائل الحديثة ، وهو ما أبرز إلى الوجود المشكلة التي تم وضع هذه الدراسة لمواجهتها والمتمثلة في مدى إمكانية القيام بالاعتداء على العلامة التجارية معلوماتياً خصوصاً وأن نصوص التجريم المتمثلة في كل من المادة 38 من قانون العلامات التجارية والمادة 3 من قانون علامات البضائع لم تتضمن بياناً للوسيلة المستخدمة للاعتداء على العلامة التجارية وبالتالي يثور التساؤل حول هل هذه النصوص قاصر عن الإحاطة بالاعتداء على العلامة التجارية التي يتم تزويرها معلوماتياً أم أنها على العكس من ذلك تشمل التزوير التقليدي كما تشمل أيضاً التزوير المعلوماتي أو

ب. استعمل للبضائع استعمالاً باطلاً علامة تجارية أو علامة أخرى قريبة الشبه من علامة تجارية بصورة تؤدي إلى الانخداع، أو

ج . استعمل للبضائع أي وصف تجاري زائف ، أو

د . تسبب في إجراء أحد الأفعال المذكورة في هذه المادة. يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنة واحدة أو بغرامة لا تزيد على مائة دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين ما لم يثبت انه قد فعل ذلك بدون قصد الاحتيال.

2 - كل من باع بضائع أو أشياء استعملت لها علامة تجارية مزورة أو وصف تجاري زائف أو عرضها للبيع أو أحرزها بقصد البيع أو لأية غاية من غايات التجارة أو الصناعة أو استعمل استعمالاً باطلاً أية علامة تجارية أو علامة قريبة الشبه من علامة تجارية أخرى بصورة تؤدي إلى الانخداع ما لم يثبت:

أ . انه لم يكن لديه حين وقوع الجرم المسند إليه ما يعدوه للاشتباه بصحة تلك العلامة التجارية أو العلامة الأخرى أو الوصف التجاري وأنه اتخذ جميع الاحتياطات المعقولة لاجتناب ارتكاب أي جرم خلافاً لهذا القانون ، أو

ب . انه أعطى جميع ما لديه من المعلومات عن الأشخاص الذين استلم منهم تلك البضائع أو الأشياء عندما طلب إليه ذلك المشتكي أو من ينوب عنه ، و

ج . انه بالإضافة إلى ذلك قام بما فعله بنية حسنة. يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في الفقرة (1) من هذه المادة.

التزوير الذي يقع بأية وسيلة تستخدم للاعتداء على العلامة التجارية سواء كان هذا الاعتداء تزويراً أو تقليداً أو استعمالاً ؟؟!

وحيث أنه قد سبق لنا تناول الجرائم الواقعة على العلامات التجارية بصورتها التقليدية بالبحث والتحليل من خلال مؤلف سابق لنا نشره في الأسواق الاردنية، وحيث أننا نخشى من الوقوع في التكرار غير المحمود في إطار الدراسات القانونية، فضلنا أن نقصر حديثنا في هذا الباب على الشكل الجديد من اشكال التعدي والاعتداء على العلامات التجارية وهو التعدي الذي استغل التزاوج الذي حصل بين كل من ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات الحديثة والذي تمخض عنه مصطلح المعلوماتية والذي ومنذ ظهوره اصبح يقترن معه كافة المفاهيم القانونية التقليدية فوجدنا التجارة المعلوماتية والاقتصاد المعلوماتي (الرقمي) والاثبات المعلوماتي وغيرها من المفاهيم القانونية التي لم تتغير ولكن الذي تغير هو اسلوبها فبدلاً من قيامها ووجودها بالوسائل التقليدية أصبحت توجد وتقوم وتتكون بالوسائل الحديثة او المعلوماتية.

وعلى نفس المنوال نقرر أن جرائم تزوير العلامات التجارية هي جرائم قائمة وموجودة منذ قيام العلامة بحد ذاتها ولكن الذي تغير في الأونة الأخيرة هو اسلوب وشكل هذا التزوير فبدلاً عن استخدام الوسائل والطرق التقلدية في التعدي وتزوير العلامة أصبحت يستخدم للقيام بهذا التزوير الوسائل المعلوماتية المعتمدة على كل من البيانات المعالجة إلكترونياً أو آلياً أو عبر الحاسوب وكذلك على شبكة الانترنت، ولهذا سمينا التزوير محل هذه الدراسة بالتزوير المعلوماتي.

وعليه فإن دراستنا لهذا الباب ستكون من خلال التصدي لجريمة التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية على اعتبار أن هذه الجريمة الأخيرة هي الشكل الوحيد حالياً للجرائم المعلوماتية للعلامات التجارية حيث لا يتصور أن يتم تقليد العلامة التجارية معلوماتياً ـ كما سنرى لاحقاً ـ كما لا يتصور أيضاً حدوث أستعمال للعلامة

التجارية بوجه غير مشروع معلوماتياً إلا بعد تزويرها معلوماتياً وبالتالي فأن جريمة التزوير المعلوماتي للعلامة يستوعب ويشمل جريمة استعمالها استعمالاً غير مشروع لابل تعتبر شرطاً من شروط تحققها وحدوثها!!.

إن تناول جرائم تزوير العلامات التجارية في عصر المعلوماتية يكمن في استعراض ظاهرة تزوير العلامة التجارية ومن ثم تحديد أركان هذه الجريمة من خلال التصدي للركن المادي لهذه الجريمة والركن المعنوي لها وتحديد العقوبة المقررة قانوناً لهذه الجريمة من ثم التصدى لجريمة استعمال العلامة التجارية المزورة معلوماتياً وتحديد العقاب المقررعلى مرتكبها .

ولكن وقبل كل ذلك لا بد من التمهيد لموضوع هذه الدراسة بالحديث عن الجرائم المعلوماتية على اساس ان التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية يعتبر نموذجاً عملياً وواقعياً للهذه الجرائم.

الفصل التمهيدي
الجرائم المعلوماتية

حظيت الجرائم المترتبة نتيجة الثورة الناتجة عن التزاوج بين انفجار المعلومات وتطور وسائل الاتصالات والتي اصطلح على تسميتها بالجرائم المعلوماتية، ومنذ بداية ظهورها باهتمام فقهي كبير سواء على الصعيد العربي أو الغربي[1] الذي تصدى إلى وضع العديد من التعاريف لها وذلك لصعوبة وضع أي تعريف تشريعي لها على اعتبار أن ثورة المعلومات وتطور وسائل الاتصال التي أوجدت هذه الجرائم تشهد كل دقيقة تطوراً مطرداً لا سقف له، وهو ما يجعل وضع تعريف تشريعي ثابت للجرائم المعلوماتية ضرباً من المستحيل.

وأمام الحقيقة السابقة نجد مثلاً أن القانون الإنجليزي الخاص بسوء استخدام الحاسوب الصادر عام 1990 لم يتضمن تعريفاً خاصاً للجرائم المعلوماتية، ولقد علل المشرع الإنجليزي هذا الموقف بأنه لا يرغب في حصر الجرائم المعلوماتية داخل نطاق جرمي محدد سلفاً وهو الأمر الذي لا يتماشى بالمرة مع التطور التقني والمعلوماتي المذهل.

---

(1) انظر بهذا المعنى د. هدى قشقوش، جرائم الحاسب الالكتروني في التشريع المقارن، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، القاهرة 1999، وكذلك أ. عبد العزيز اليوسف، التقنية في الجائم المستحدثة، بحث ضمن منشورات اكاديمية نايف للعلوم الأمنية عام 1999 وكذلك د. سعيد محمود عرفه، الحاسب الالكتروني ونظم المعلومات الإدارية والمحاسبية، دار النهضة العربية، بدون ذكر لتاريخ النشر، د. جميل عبد الباقي الصغير، الجرائم الناشئة عن التطور التكنولوجي، ورقة عمل مقدمه لمؤتمر عمان عام 1999، أ. هشام رستم، جرائم الحاسب كصورة من صور الجرائم المستحدثة، ورقة عمل مقدمة إلى اللجنة العلمية لإعداد التقرير الوطني المصري لمؤتمر الأمم المتحدة لمنع الجريمة ومعاملة المجرمين، مجلة الدراسات القانونية – جامعة أسيوط، عدد 17، ثم ما تقدم مع ماهو مذكور حول هذه النقطة لدى، إسامة وجلال وصايل ـ جرائم الحاسب الالي، دار وائل للنشر، ص 72.

وعلى الرغم من تعدد التعريفات الفقهية للجرائم عبر الحاسوب إلا أننا نستطيع ردها إلى أربعة اتجاهات:

الأول: ينظر إلى الكيفية التي تم توظيف الحاسوب من أجل تحقيق وارتكاب الجريمة المعلوماتية، ولهذا نقترح بأن نسمي هذا الاتجاه بالاتجاه الوظيفي.

والثاني: يعطي الأهمية لشخص المجرم وهو ما يعرف بالاتجاه الشخصي.

الثالث: يعطي الأهمية هنا لمحل وقوع الجريمة وهو ما يعرف بالاتجاه الموضوعي.

والرابع: يأخذ من الأول ويتأثر بالثاني والثالث فيخلط بين شخص المجرم ومحل وقوع الجرم ووسيلة ارتكاب الجريمة في إطار وضع تعريف للجريمة المعلوماتية ولهذا السبب يسمى هذا الاتجاه بالاتجاه المختلط.

أما أصحاب الاتجاه الوظيفي في تعريف الجريمة المعلوماتية والذين يركزون على مسألة توظيف الحاسوب وبياناته من اجل القيام بالجريمة فيعرفون هذه الأخيرة بأنها" الجرائم التي تلعب فيها البيانات والبرامج المعلوماتية دوراً أساسياً" أو أنها " كل أشكال السلوك غير المشروع أو الضار بالمجتمع الذي يرتكب باستخدام الحاسب الآلي" أو أنها " كل فعل إجرامي يستخدم الحاسب الآلي في ارتكابه كأداة رئيسية" أو أنها أخيراً " فعل غير مشروع يستخدم فيه الحاسب الآلي كأداة رئيسية " أو أنها الاعتداء القانوني الذي يرتكب بواسطة المعلومات الحاسوبية بغرض تحقيق الربح"[1].

وأما أصحاب الاتجاه الشخصي المعتمدون على تعريف الجرائم المعلوماتية بالنظر إلى شخص مرتكبها فيجمعون على أنها " تلك الجرائم التي يتطلب لارتكابها أن تتوفر لدى فاعلها معرفة بتقنية الحاسوب"[2] أو " تلك الجريمة التي يكون فاعلها على درجة

(1) انظر هذه التعريفات لدى إسامة وجلال وصايل، المرجع السابق، ص 73 وما بعدها.

(2) David Tompson انظر هذا التعريف وغيره لدى أ. هشام رستم، المرجع السابق ، جامعة أسيوط، عدد 17، 1995.

معينة من المعرفة الفنية بالحاسوب تسهل عليه اقترافها"[1]، أو أنها" جرائم يتم ارتكابها إذا قام شخص ما باستخدام معرفته بالحاسوب بعمل غير قانوني"[2] ويتم التركيز هنا على فاعل الجريمة المعلوماتية الذي يشترط وفقاً لهذا الاتجاه أن تتوفر فيه خبرة علمية ومعلوماتية بشؤون الحاسوب وطرق استخدامها.

وأما أصحاب الاتجاه الموضوعي فيجمعون على تعريف الجرائم المعلوماتية بالنظر إلى محل وقوع الجريمة، فالعبرة بالنسبة لأصحاب هذا الاتجاه ليس تلك التي يكون الحاسوب موظفاً لارتكابها أو وسيلة لتحقيقها بل هي التي تقع على الحاسوب بحد ذاته سواء في شقه المادي أو برامجه وبياناته، وعلى هذا الأساس يعرفها أنصار هذا الاتجاه بأنها" نشاط غير مشروع موجه لنسخ أو تغيير أو حذف أو الوصول إلى المعلومات المخزنة داخل الحاسوب أو التي تحول عن طريقه" أو أنها" كل عمل أو امتناع عن عمل يأتيه الإنسان إضراراً بمكونات الحاسوب أو شبكات الاتصال الخاصة به والتي يحميها قانون العقوبات ويفرض لها عقابا". أو أنها " كل فعل أو امتناع عمدي ينشأ عن الاستخدام غير المشروع لتقنية المعلومات ويهدف على الاعتداء على الأموال المادية والمعنوية"[3].

ونحن من جانبنا نؤيد النظرة إلى الجرائم المعلوماتية على أساس أنها "نوع جديد من السلوكيات المنحرفة التي يتعرض لها كل من الحاسوب ومكوناته من بيانات أو معطيات من خلال أشخاص مؤهلين وذوي خبرة علمية وعملية في كيفية التعامل معه أو مع تلك المعطيات أو البيانات أو المستخرجات".

(1) انظر بهذا المعنى تعريف وزارة العدل الامريكية، منشور لدى، إسامة وجلال وصايل، المرجع السابق، ص 76.

(2) عبد العزيز اليوسف، التقنية في الجرائم المستحدثة، بحث ضمن منشورات أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية عام 1999 ص 218 وما بعدها.

(3) انظر هذه التعريفات لدى د. محمد سامي الشوا، ثورة المعلومات وانعكاساتها.

فحقيقة الأمر أننا لا نستطيع أن ننكر أن للجرائم المعلوماتية اعتبار شخصي لمرتكبها حيث لا يمكن لغير المتمرسين والعارفين بخفايا عالم الحاسوب المتطور باستمرار القيام بهذه النوعية الجديدة من الجرائم ، ومع ذلك لا يمكننا أيضاً إنكار الجانب الموضوعي للجرائم المعلوماتية فمحلها يكاد يكون دائماً هو بيانات الحاسوب ومعطياته، وكذلك لا يمكننا نسيان أنه لولا جهاز الحاسوب لما كانت هناك العديد من الجرائم التي اصطلح على تسميتها بالجرائم المعلوماتية، ومعنى ما تقدم أننا لا يمكننا الركون إلى جانب واحد من جوانب النظرة إلى جرائم الحاسوب وتغليبه على الجوانب الأخرى، فالجريمة المعلوماتية تتكون من حاسوب تم توظيفه لتحقيق مأرب غير مشروعة و استخدامه بصورة غير مشروعة من قبل صاحب سلوك منحرف مؤهل ومتخصص وذو علم ودراية بأمور الحاسوب فيقوم بالعبث والتلاعب والتعدي على معطيات هذا الحاسوب أو بياناته، ولهذا كله نرى أنفسنا مؤيدين لأصحاب الاتجاه المختلط في تعريف الجرائم المعلوماتية وسندنا في ذلك أن هذه الجرائم بفعل تطورها المستمر والمذهل لا يمكن أن تكون حبيسة نظرة معينة ومحددة سواء لشخص فاعلها أو لمحل وقوعها، بل ينبغي النظر إليها من كافة جوانبها المتعددة والتي تكون وبمجموعها الجريمة المعلوماتية.

وينبغي علينا طالما اننا نتصدى لهذا النوع الجديد من الجرائم والتي سميت بالجرائم المعلوماتية ان نتصدى لأطراف هذه الجرائم ومحلها وأشكالها المتعددة واخيراً تحديد مدى اعتبار التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية كنموذج لهذه الجرائم، وذلك من خلال المباحث الأربعة التالية.

المبحث الأول
أطراف الجريمة المعلوماتية

الجريمة المعلوماتية كغيرها من الجرائم والسلوكيات المنحرفة لا بد لها من فاعل (جاني) وواقع عليه الفعل (مجني عليه).

المطلب الأول: الفاعل في الجريمة المعلوماتية

بالإضافة إلى الشروط العامة الواجب توفرها في مرتكب الجريمة المعلوماتية من سلوك منحرف (فعل) وعلم وإرادة في نتائج هذا السلوك، ينبغي أن يكون هذا الشخص على درجة معينة من العلم والخبرة العملية في شؤون عالم الحاسوب وتقنية المعلومات.

وبهذا المعنى لا يتصور أن يكون الجاني في الجريمة المعلوماتية إلا شخصاً طبيعياً ذو أهلية وقدرة على أن يكون محلاً لتوقيع العقوبة وهو الأمر الذي لا يتصور حدوثه إلا بالنسبة للشخص الطبيعي دون الشخص المعنوي[1] كما لا يتصور أن يكون الجاني هنا إلا شخصاً ذو خبرة ودراية في علم الحاسوب سواء كان مستخدماً أو مبرمجاً أو مجرد هاوٍ أو محترف لجرائم الحاسوب وتقنية المعلومات.

ووفقاً للمفهوم المتقدم يمكننا القول بان الفاعل في الجرائم المعلوماتية يتميز عن غيره من الجناة الآخرين في العديد من الصفات منها، أن يكون أولا: على درجة كبيرة من العلم والحرفية في مجال عالم الحواسيب وشبكة المعلومات، وثانياً: أن يكون محكوماً برغبة جامحة في تحدي كل ما هو جديد ومبتكر، حيث تدلنا التجارب العملية بان العديد ممن تم إلقاء القبض عليهم أفادوا بمحاضر التحقيقات بأنهم قاموا بذلك رغبة منهم في تحدي وقهر الأنظمة المحوسبة، وثالثاً أن يكون مبالغاً جداً في

(1) قارن ما تقدم مع أسامة صايل وجلال، المرجع السابق. ص 77

طمعه المادي وفي مقدار ما سيجنيه من وراء ارتكابه للجريمة المعلوماتية فهؤلاء الجناة لا يرضون بالكسب غير المشروع القليل بل عيونهم دائما تكون مشرعة شطر الكسب الكبير والكبير جداً ولهذا نراهم لا يستهدفون من وراء جرائمهم المعلوماتية إلا المؤسسات المالية الكبيرة وبنوك المال والمعلومات أيضاً.

المطلب الثاني : المجني عليه في الجرائم المعلوماتية

إذا كان الغالب الأعم بأن مرتكب الجريمة المعلوماتية لا يتصور أن يكون إلا شخصاً طبيعياً ، فإن المجني عليه هنا هو بالغالب الأعم شخصاً معنوياً كالبنوك والشركات الكبرى والمؤسسات الحكومية والوزارات والمنظمات والهيئات المالية الضخمة ، وغيرها من الأشخاص الاعتبارية التي تعتمد في إنجاز أعمالها على الحواسيب.

حيث يصعب تصور وقوع الجريمة المعلوماتية بالنسبة للأفراد العاديين وإن كان ذلك غير مستبعد ، إذ قد يتعرض الفرد العادي لشكل من لأشكال الجريمة المعلوماتية فيما إذا كان من بين الأشخاص الذين الذي يحفظون أسرارهم التجارية وأعمالهم وشؤونهم داخل الحاسوب الخاص به ، وينبغي لقيام الجريمة المعلوماتية في هذا الفرض أن يكون الشخص العادي (المجني عليه) هنا من بين الأشخاص الذين قد ينجذب إليهم الجناة كأن يكون ذو منصب سياسي رفيع أو رجل أعمال مرموق أو صاحية شهرة عالمية في قطاع من القطاعات الاقتصادية أو الاجتماعية أو العسكرية.

وعلى الرغم من إمكانية تعرض الجميع للجريمة المعلوماتية سواء كانوا أشخاصا معنوية أو طبيعية إلا أننا يمكننا الجزم بان معظم الجرائم المعلوماتية ترتكب من أجل أمرين لا ثالث لهما وهما : المال و المعلومات ، وبالتالي يمكننا الجزم أيضاً بان الغالبية العظمى من المجني عليهم في الجرائم المعلوماتية هم إما مؤسسات مالية كالبنوك والمصارف وشركات الصرافة وإما شركات المعلومات بصرف النظر عن نوع

هـذه المعلومـات أو قيمتهـا إذ قـد تكـون بالغـة الأهميـة كالمعلومـات العـسكرية والمخابراتية وقد تكون معلومات رياضية أو فنية أو اجتماعية بسيطة.

ومن الصعوبة بمكان تحديد نطاق خاص يضم كافة فئات المجني عليهم في الجرائم المعلوماتية بسبب حقيقة أن المجني عليهم في هذه الجرائم غالباً من يكتشفونها بعد حصولها الأمر الذي دفعهم في غالب الأحيان إلى السكوت والإذعان لها وتفضيل هذا الموقف السلبي عن القيام بالتصريح عن تعرض أجهزتهم ومعلوماتهم التي يفترض فيها الأمان والسرية إلى الدخول غير المشروع والانتهاك، وهو الأمر الذي يشكل بحد ذاته سبباً في ازدياد معدل الجرائم المعلوماتية وصعوبة اكتشافها أو الحد منها.

المبحث الثاني
محل الجرائم المعلوماتية

قمنا فيما سبق بتعريف الجريمة المعلوماتية بأنها "نوع جديد من السلوكيات المنحرفة التي يتعرض لها كل من الحاسوب ومكوناته من بيانات أو معطيات من خلال أشخاص مؤهلين وذوي خبرة علمية وعملية في كيفية التعامل معه أو مع تلك المعطيات أو البيانات أو المستخرجات".

وطبقاً لتعريف السابق يمكننا القول بأنه من المتصور وقوع الجريمة المعلوماتية على الحاسوب و مكوناته المادية والمعنوية (البيانات والمعطيات)، كما انه من المتصور أيضاً وقوع هذه الجريمة من خلال الاستخدام والاستعمال غير المشروع للحاسوب.

وإذا كانت وقوع الجريمة المعلوماتية على المكونات المادية للحاسوب كالوصلات و المعدات والأجهزة التابعة وآلات الطباعة وغيرها من مثيلاتها... لا تثير مشكلة على اعتبار أن هذه المكونات تعتبر من قبيل الأموال المنقولة وبالتالي فهي تتمتع بالحماية الجنائية المقررة لها طبقاً لقانون العقوبات وفقاً للقواعد العامة الخاصة بجرائم السرقة وخيانة الأمانة والاحتيال، فأن وقوع الجريمة المعلوماتية على المكونات المعنوية للحاسوب ونعني هنا (البيانات والمعطيات والبرامج المحملة والمخزنة داخل الحاسوب) على العكس من ذلك تثير وما تزال العديد من المشاكل المتعلقة بداية في عدم قدرة التشريعات الجنائية الحالية والتقليدية من تجريم أو حماية أية انتهاكات أو سلوكيات منحرفة تقع على المكونات المعنوية للحاسوب وذلك بسبب خروج هذه الأخيرة من دائرة الأموال المنقولة محل الحماية الجنائية التقليدية، وهو الأمر الذي فرض علينا البحث عن حماية قانونية جزائية لهذه المكونات في إطار قوانين أخرى غير قانون العقوبات التقليدي الذي يعتمد أولاً وآخراً على مبدأ أن لا جريمة ولا عقوبة إلا

بنص، وحيث لا نص يعالج أو يعرف المكونات المعنوية للحاسوب فلا جريمة تقع في إطاره فيما لو تم الاعتداء على هذه المكونات.

وبالإضافة إلى إمكانية وقوع الجرائم المعلوماتية على المكونات المادية أو المعنوية للحاسوب فانه من المتصور أيضاً أن تقع هذه الجرائم من خلال الاستخدام غير المشروع للحاسوب نفسه، بحيث يعتبر الحاسوب في هذا الفرض مجرد أداة لارتكاب الجريمة المعلوماتية ولا يكون محلاً أو موضوعاً للجريمة، ويتم تحديد الوصف الجرمي والمجازاة القانونية لمرتكب هذه الجريمة وفقاً لموضوعها، فإذا تم استخدام الحاسوب لأخذ مال منقول من حيازة مالكه ودخوله في حيازة غيره دون رضاه أو قبوله فإننا نكون بصدد جريمة سرقة، أما إذا تم استخدام الحاسوب لكشف ونشر أسرار عسكرية أو أمنية فإننا نكون أمام جرائم ماسة بأمن الدولة الداخلي أو الخارجي وهكذا.....

ومعنى ما تقدم أنه على الرغم من اعتبارنا الجرائم التي يستخدم فيها الحاسوب كجرائم معلوماتية وفقاً للتعريف المتقدم لهذه الجرائم، إلا أننا ومع ذلك نقرر بأنه في إطار هذه الجرائم والتي قد تكون الماسة بالذمة المالية أو الماسة بأمن الدولة الداخلي والخارجي أو بحياة الأفراد الخاصة، لا نعطي بالاً كبيراً لأداة الجريمة وهي في هذا الفرض الحاسوب على حساب الجريمة نفسها المرتكبة وبالتالي يقل الحديث عن الجريمة المعلوماتية في الوقت الذي يزداد فيه الحديث والاهتمام على الجريمة المرتكبة بالفعل، خصوصاً وأن القانون العقوبات بصورته التقليدية قد افرد عقوبات محددة لكل نوع من أنواع هذه الجرائم بصرف النظر عن أداة ارتكابها حيث يستوي عندئذ أن ترتكب بواسطة الحاسوب أو أي أداة أخرى، وهو ما يفرض علينا أيضاً البحث عن حماية جزائية لمكونات الحاسوب وتبادل المعلومات في إطار قانون آخر غير التشريعات الجزائية الحالية بصورتها التقليدية.

والجريمة الملعوماتية بالمعنى الموضح أعلاه تظهر بشكلين لا ثالث لهما، الأول: أن تستعمل المعلوماتية بحد ذاتها كوسيلة وأداة هذه الجريمة من أجل ارتكاب الغش

والخداع والتضليل والاعتداء على الأفراد ، والثاني ان تكون المعلوماتية هي بذاتها موضوع ومحل التضليل والغش والخداع وبالتالي الاعتداء.

والجريمة المعلوماتية بهذين الشكلين الحصريين يمكن أن تقع على كافة الإفراد الطبيعيين والمعنويين كما من الممكن ان تقع على الأموال والممتلكات العامة كما أنها تقع على الممتلكات الخاصة ، حيث من المتصور ان يكون محلاً لهذه الجريمة مؤسسات ودوائر الحكومة كما من الممكن أن تكون الشركات والمؤسسات الخاصة محلاً لها أيضاً.

وبالتالي تظهر لنا مدى خطورة هذه الجريمة ومدى اهمية التصدي لها حيث لا يمكن لأي فرد أو مؤسسة حكومية أو أهلية ان تكون بعيدة عن مرمى هذه الجريمة ، وهو الأمر الذي يبرر لنا دعوة جميع المشرعين إلى ضرورة التصدي لهذه الجريمة من خلال سن التشريعات الجزائية القادرة على مواجهة هذا النوع الجديد من الجرائم أو تعديل التشريعات الجزائية المعمول بها حتى تصبح قادرة على الوقوف بوجه القائمين بهذه الجرائم.

ومن الأمور التي تظهر وتبرز الوجه البشع والخطير لهذه الجريمة أننا لا نستطيع حصرها في نطاق بعض المعاملات أو التعاملات سواء التجارية أو المدنية ، فهذه الجريمة لها مخاطر وأبعاد وآثار سلبية على كافة مناحي الحياة سواء الاقتصادية والصناعية و الاجتماعية ، فالأمر لا ينتهي عند مجرد دخول غير مشروع لبرنامج محوسب أو نظام معلومات أو بيانات مخزنة داخل الحاسوب، بل يتعدى كل ذلك ليشمل بالإضافة إليها المشاكل الاجتماعية التي يسببها سوء استخدام المعلوماتية وأدواتها مما قد يؤدي الى ارتكاب جرائم أخلاقية بشعة تؤدي إلى إفساد جيل بكامله.

المبحث الثالث
صور وأشكال الجرائم المعلوماتية

تبعاً لتعدد وتنوع محل وموضوع الجرائم المعلوماتية وفقاً لما تقدم تتعدد وتتنوع أيضا صور وأشكال هذا النوع من الجرائم، ولقد سبق لنا القول بان الجريمة المعلوماتية على اعتبار أنها سلوك منحرف جديد بينا آنفاً بأن الجرائم المعلوماتية من المتصور حدوثها ووقوعها بالنسبة لجميع الأفراد سواء كانوا أشخاصا طبيعية أو أشخاصاً معنوية وأن كان الغالب الأعم يشير إلى أن المؤسسات المالية وبنوك النقد والمعلومات الثمينة هي الهدف الأساسي من هذه الجرائم، الأمر الذي جعلنا نقرر بأن محل الجرائم المعلوماتية أما أن تكون الذمة المالية للمجني عليه أو النطاق المعلوماتي الذي يتمتع به.

ولقد تقدم القول بان الجرائم المعلوماتية سواء تلك الواقعة على الذمة المالية للمجني عليه أو على الكم المعلوماتي الذي يتمتع به دون غيره لا يعدو دور الحاسوب فيهما كونه مجرد أداة لارتكاب واقتراف هذه الجرائم وبالتالي يتبع في شأنها وشان تحديد المجازاة القانونية لمرتكبها القواعد الجنائية التقليدية المقررة لكل نوع من أنواع هذه الجرائم والتي يمكننا حصرها في نطاق الجرائم الواقعة على الأموال والمتمثلة في كل من السرقة وخيانة الأمانة والاحتيال، أو نطاق الجرائم الماسة بأمن الدولة سواء الداخلي منه أو الخارجي، أو في نطاق الجرائم الماسة بالحياة الخاصة.

وعلى ضوء ما تقدم يبقى أن نقول بان الجرائم المعلوماتية محل بحثنا هنا هي تلك المتعلقة بالجرائم التي تقع إما على مكونات الحاسوب المعنوية من بيانات ومعطيات حسابية والتي أتفق على تسميتها - كما سبق وبينا - ببرامج الحاسوب، بمعنى أننا لن نتصدى هنا إلى بيان كافة صور وأشكال الجرائم المعلوماتية الواقعة على الذمة المالية

للمجني عليه أو للكم المعلوماتي الخاص به، بل سنعرض لصور وأشكال الجرائم المعلوماتية الواقعة على مكونات الحاسوب المعنوية فقط وذلك لتعلق هذه الطائفة من الجرائم المعلوماتية أكثر من غيرها بموضوع بحثنا هذا.

وقبل التصدي لأشكال الجرائم المعلوماتية وفقاً للمعنى المتقدم لابد لنا من إلقاء نظرة سريعة نستعرض فيها وبشكل سريع أسباب ظهور هذه الجرائم والحاجة إلى ضرورة التصدي لها وسن الحماية لقانونية اللازمة لها.

ففي الوقت الذي يتابع فيه العالم تبعات ونتائج الثورة الهائلة التي حدثت في عالم الاتصالات والمعلومات بسبب اختراع الحاسوب واتساع دائرة استخداماته[1]، والذي أضحى بسببه العالم اجمع أشبه بقرية صغيرة يتصل شمالها بجنوبها وشرقها بغربها بسرعة كلمح البصر، فانه بنفس الوقت يعيش الآن إرهاصات ونتائج الثورة المضادة لما أحدثه الحاسوب في عالمنا ومختلف مناحي حياتنا.

فإذا كان الانقلاب الذي طرأ على كافة نواميس حياتنا الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والخدماتية وغيرها بفعل التقدم العلمي والتكنولوجي المتمثل في اختراع الحاسوب يشكل ثورة بالمعنى الكامل لهذه الكلمة، فان صور الاستخدام السلبي لهذا الإنجاز البشري والمتمثل بالإشباع غير السليم والمنحرف للرغبات البشرية من خلال الحاسوب تشكل الثورة المضادة التي تصاحب دائما أي ثورة تحدث، تأكيدا للقاعدة المستقرة أن لكل فعل ردة فعل مساوية لها في المقدار ومخالفة لها الاتجاه.

---

(1) اصبح الحاسوب يستخدم في جميع مناحي الحياة تقريبا، حيث اصبح الفرد قادرا على التسوق والبحث عن المعلومة ونقلها والتواصل مع الثقافات الأخرى، كما يستخدمه آنذاك كل من رجال الأعمال والاقتصاد والصناعة والتجارة والبنوك والمستشفيات وشركات الطيران والمسؤولون الحكوميون ورجال الشرطة والمؤسسات العامة والخاصة، ليس هذا فحسب بل أن استخدام الحاسوب تطور وازدهر لدرجة أن دول بعينها أصبحت حكومتها تعرف في يومنا هذا بالحكومة الإلكترونية (كمدينة دبي مثلا) اضف إلى ذلك استخدام الحاسوب في المجالات العسكرية والسياسية والقانونية.

إذ واكب التطور الهائل في التقدم العلمي والتقني وهو جانب إيجابي لا ينكره أحد، جانبا آخر سلبي تمثل بظهور ما اصطلح على تسميته بجرائم الحاسوب Computer Crimes[1]، حيث سمح الحاسوب للعديد من العابثين بحقوق الأفراد وفتح الباب أمامهم لممارسة العديد من الأنشطة المنحرفة لم يكن بمقدورهم أو بمقدورنا القيام بها أو معرفتها لولا وجود الحاسوب، وهذا بالطبع لا ينقص من دور الحاسوب الإيجابي ولا يعرضه للاتهام، فالعيب ليس بهذا الابتكار العظيم وإنما في شريحة منحرفة من الأفراد التي دفعتها رغباتها الشريرة إلى استخدام الحاسوب استخداما غير مشروع لإشباع هذه الرغبات[2].

وينجم بالطبع عن جرائم الحاسوب كغيرها من الجرائم خسارة فادحة بحقوق الأفراد، بل أن خسائر جرائم الحاسوب أكثر فداحة وأشد وطأة على تلك الحقوق[3]، ولها تأثيرات سلبية كبيرة الأثر على مختلف القطاعات، إذ تهدد النشاط التجاري والصناعي بالشلل ومصالح المؤسسات المنتجة بأفدح الخسائر، كما تؤثر على سلامة

---

(1) يعتبر هذا الاصطلاح هو الاصطلاح السائد لدلالة على جرائم الحاسوب ولمزيد من التعمق، انظر، أ. يونس عرب، جرائم الحاسوب، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في القانون، 1994، ص37 وما بعدها، حيث يشير الزميل بان الفقه يستخدم اصطلاحات عديدة مرادفة لاصطلاح جرائم الحاسوب منها إساءة استخدام الكمبيوتر Computer Abuse وجرائم المعلوماتية إنجليزي الإجرام المعلوماتي وهو اصطلاح فرنسي Le Delit Informatique او جرائم التقنية العالية Hig-Tech Crimes او الجرائم المرتبطة بالكمبيوتر Computer – Related crimes.

(2) بهذا المعنى، الرائد كمال احمد الكركي، ورقة عمل بعنوان النواحي الفنية لإساءة استخدام الكمبيوتر، مقدمة في ندوة الجرائم الناجمة عن التطور التكنولوجي، المقدمة، حيث يشير- بحق - أن أنظمة الكمبيوتر وشبكاته توفر أمريكي اختراق كثير من نظم المعلومات عن طريق خطوط الهاتف العادية أو عن طريق الحصول بطريقة إنجليزي بأخرى على كلمة السر وبالتالي في التداخل فيها مما أدى إلكتروني ازدياد من مظاهر إساءة استخدام الكمبيوتر كوسيلة تقنية أو ارتكاب افعال تغيير في البرامج إنجليزي المعلومات المخزنة فيه.

(3) بلغت الخسارة التي تعرضت لها الولايات المتحدة من إحدى جرائم الحاسوب فقط إلكتروني 37 مليون دولار كما يبلغ معدل الخسارة العام لهذه الجرائم حوالي 800 التمييز دولار أما في المملكة المتحدة فبلغت الخسارة السنوية لهذه الدولة من جراء جرائم الحاسوب حتى عام 1990 حوالي مليار جنيه، وفي كندا تشير دراسة نشرت هناك إلكتروني أن معدل الخسارة من جراء جرائم الحاسوب ارتفع إلكتروني 430000 دولار للحالة الواحدة، انظر أ. يونس عرب، المرجع السابق، ص6.

الإنسان وحماية حياته الخاصة، وفي الآونة الأخيرة تعدى اثر هذه الجرائم السلبي نطاق الإنسان ونشاطه التجاري والصناعي ليصل إلى درجة المساس بمصالح الدولة العليا وتهديد أمنها القومي وسيادتها[1]!! أضف إلى ذلك دور هذه الجرائم في إشاعة جو من عدم الثقة لدى الأفراد في التطور العلمي والتقدم التكنولوجي وفقدان الشعور بالأمان في صناعة برامج الحاسوب وتطورها وما يلحق بذلك من تهديد للإبداع البشري وتعطيل للمبادرات الفكرية.

وتكمن خطورة جرائم الحاسوب في شخصية مرتكبها الذي لا بد له من صفات معينة وكذلك في صعوبة إثباتها وملاحقة مقترفها وفي تعدد صورها، حيث دلت هذه الجرائم على أن مرتكبها يشكل شريحة واسعة من الأفراد ولا ينحصر في فئة معينة، حيث من الممكن أن ترتكب هذه الجرائم من الطلبة ومحبي الحاسوب والتقنية العلمية ومن الإرهابيين والمنظمات الإجرامية المنظمة والقاسم المشترك بين جميع هؤلاء هو طبيعة الجريمة المرتكبة وهي استخدام الحاسوب وتمتعهم بنسبة عالية من الذكاء والشعور بتحدي هذه التقنية.

ومن ناحية أخرى، أثبتت هذه الجرائم أن خطورتها تكمن في صعوبة اكتشافها وملاحقة مرتكبها، وذلك مرده إلى أن هذا الأخير عادة لا يترك أدنى اثر على فعلته الأمر الذي يجعل تحديد مكانه غاية في الصعوبة، كما أن المؤسسات المجني عليها لا تفضل الإفصاح عن أن نظامها التقني قد تعرض للجريمة[2] مما يساعد المجرم على الإفلات من العقاب أو حتى الملاحقة الجنائية.

---

(1) كما حصل بالنسبة لوزارة الدفاع الأمريكي في مطلع التسعينات وكذلك ما حصل لمحطة الفضاء (ناسا) وللبرنامج الاستراتيجي للدفاع الأمر، وما حصل لدائرة المعاشات والضمان الاجتماعي وأنظمة الجامعات وبعض الحواسيب المركزية للوثائق الشخصية في كل من سويسرا والسويد ولوكسمبورج، راجع أ. يونس عرب، المرجع السابق، ص6.

(2) تشير بعض الدراسات إلى أن نسبة الجرائم المبلغ عنها في الثمانينات لا تزيد عن 15 ٪ وان أدلة الإدانة لم تتوفر إلا في ما نسبته 3 ٪، أما في التسعينيات فقد ارتفعت هذه النسبة لتصل إلى 40 ٪، كما تشير هذه الدراسات أيضا إلى أن =

ومن ناحية ثالثة، تتميز جرائم الحاسوب بتعدد صورها مما يزيد من خطورتها، فليس كل جريمة ترتكب بواسطة الحاسوب تعتبر جريمة من جرائم الحاسوب وفقا لتعريف هذه الجريمة المتعارف عليه وهو سلوك غير مشروع معاقب عليه قانونا صادر عن إرادة جرمية محله معطيات الحاسوب[3]

ربع هذه الجرائم يتم اكتشافها بمحض الصدفة، انظر بخصوص هذه الدراسات، أ. يونس عرب، المرجع السابق، ص7.

(3) أ.يونس عرب، المرجع السابق، ص 3.

المبحث الرابع
تزوير العلامة التجارية معلوماتياً كنموذج للجرائم المعلوماتية

وعلى الرغم مما تقدم وحتى نبقى في إطار بحثنا ودراستنا نقرر ان محل الجرائم المعلوماتية في إطار العلامات التجارية يكمن بالدرجة الأولى في عمليات التزوير والتقليد المرتكبة على العلامة التجارية المستخدمة من قبل صاحب الموقع الافتراضي للدلالة على منتجاته وبضائعه وخدماته وكوسيلة لجذب أكبر عدد من المستهلكين ومتصفحي المواقع الافتراضية عبر شبكة الأنترنت، وذلك من خلال العمل على نسخ وتقليد وتزوير إحدى مضامين هذا الموقع الافتراضي المتمثل بإحدى العلامات التجارية سواء بالإضافة عليها أو التقليل منها أو تشويهها.

الفصل الأول
ظاهرة تزوير العلامة التجارية

أوضحنا في مطلع هذا البحث عند حديثنا عن وظيفة العلامة التجارية أن هذه الأخيرة تلعب ـ ولا تزال كذلك ـ منذ أول نشأتها دوراً مهماً وبارزاً في إطار العمليات والمعاملات التجارية، يتمثل هذا الدور الهام في الدلالة وإرشاد المستهلك على مصدر ومنشأ المنتجات والسلع والخدمات[1].

ومع أقبال الأفراد على أقتناء مختلف المنتجات والسلع وطلب الحصول على الخدمات وتكرار تعلقهم ومعرفتهم لعلامات هذه السلع والمنتجات والخدمات وإنحفارها في وجدانهم كوسيلة من وسائل معرفة وتحديد مصدر ومنشأ هذه الخدمات أو السلع أو المنتجات، تطور دور العلامة التجارية من مجرد أداة لتحديد ومعرفة مصدر المنتجات والسلع والخدمات إلى أداة لتحديد جودة وصفات ومميزات هذه السلع والخدمات والمنتجات وعاملاً مهماً من عوامل رواجها واستقطاب الأفراد والمستهلكين عليها وبالتالي تحقيق أعلى عائد ربحي ممكن لمالك هذه العلامة.

ولم يتوقف الأمر بالعلامة التجارية عند هذا الحد بل أنها غدت في فترة زمنية قصيرة نوعاً ما أهم او اكبر قيمة مضافة على راس مال أي مشروع، ولقد سبق لنا في موضع سابق أن بينا مدى قيمة العلامات التجارية العالمية في هذه الأونة ومدى الزيادة المالية التي تضيفها هذه العلامة على اعتبار أنها قيمة مضافة إلى رأس مال أي مشروع.

(1) انظر بهذا المعنى د. حسام الدين الصغير، مكافحة جرائم التعدي على حقوق مالك العلامة التجارية، بحث مقدم لندوة الويبو عن العلامات التجارية ونظام مدريد، المغرب /الدار البيضاء في الفترة 7 ـ 2004/1/8. حيث يرى أن هذا الدور كان أقدم وظائف العلامة ظهوراً من الناحية التاريخية، إذ عُرفت هذه الوظيفة التقليدية للعلامة فى المجتمعات القديمة، واستمرت العلامة إلى يومنا هذا تؤدي دورها فى الدلالة على مصدر المنتجات.

إذن العلامة التجارية دون أدنى شك تلعب دوراً كبيراً ومهماً في بقاء واستمرار وديمومة أي مشروع تجاري أو صناعي أو اقتصادي، وبالتالي فان تعرض هذه العلامة لأي مظهر من مظاهر التشويه أو التعدي أو التلاعب سيكون لها آثار سلبية كبيرة على كينونة هذا المشروع بحد ذاته كما سيكون لها آثار سلبية على الحركة الاقتصادية بشكل عام داخل الدولة المستقبلة لهذه العلامات وبالتالي مستقبلة لأكبر المشاريع وأنجحها ، لأن العلامة الرائجة دليل على المشروع الناجح.

والمشكلة هنا أن تزوير العلامات التجارية وتقليدها لا يعتبر عقبة كأداء تعترض سبيل قيام العلامة التجارية لوظائفها فقط بل يعتبر كذلك أيضاً بالنسبة للمجتمع ككل[1] ، على اعتبار أن الضرر الناتج عن تزوير العلامة التجارية لا يقتصر أثره على الحركة الصناعية والتجارية داخل الدولة فحسب بل يمتد ليشمل كافة الأفراد والمستهلكين، الذين سيكونوا بفعل تزوير و تقليد العلامة التجارية محلاً لجرائم الغش والتضليل التجاري والصناعي، وغني عن البيان ما حجم الآثار السلبية لمثل هذه الجرائم الأخيرة على المجتمع ككل وليس على مجرد قطاعي الصناعة والتجارة

(1) من اجمل ما قيل في وصف مشكلة التعدي على العلامات التجارية ما ورد في افتتاحية مجلة الأقتصاد والأعمال – ملف خاص ـ نيسان 1998 حيث جاء فيها ما يلي " حرمت الأديان السماوية السرقة منذ القدم ونصت على عقوبات صارمة لردعها بدءاً من رد المسروق مضاعفاً ، وصولاً إلى قطع اليد التي نفذت السرقة ، التي كانت تطاول في حدها الأقصى قطعة من فضة أو واحدة من الماشية.، أما في الأيام الحاضرة فالأمر مختلف وهنا المشهد : ننهض صباحاً على رنة منبه "سوني" مقلد ، ونحلق بشفرة "جيليت" غير أصلية ، ونعقد ربطة عنق (signe) مصنعة في ماليزيا أو برج حمود (لبنان) ونستخدم عطراً (كولونيا) من " أيف سان لوران" معبأ محلياً ، ونصغي إلى الأخبار من راديو "Panasoanic" وعندما ننظر إلى ساعة اليد Seiko المزورة نلاحظ ان الوقت حان لمغادرة المنزل، لكن المشور لم ينته بالخروج من البيت، إذا أردنا التكلم عن برامج الكمبيوتر المنسوخة في مكاتبنا ، وأفلام الفيديو التي نستأجرها ، والكاسيتات اليت نطرب لسماعها والأدروية المزورة اليت نتناولها لكي لا نشفى، وصولاً إلى البث الفضائي الذي يلتقطه بضعة تجار ويبيعونه لسكان الحي ..وغيرها من حالات التعدي اليومية على أملاك الغير الفكرية التي تتجاوز خسائر الشركات المنتجة عشرات الكليارات من الدولارات".

فحسب، خصوصاً وان هذه الجرائم ـ مع الأسف ـ في تزايد مستمر بحيث أصبحت تشمل جميع أنواع المنتجات والبضائع والسلع والخدمات[1].

ولم تتوقف مسألة تزوير العلامات التجارية عند حدود هذه العلامات بل نتج عنها مسألة أكثر تعقيداً وخطورة وهي مسألة الإتجار بالمنتجات والسلع المزورة والمقلدة عبر الدول، الأمر الذي حول مسألة تزوير العلامة التجارية من مسألة محلية الطابع والتأثير إلى مسألة دولية لا تتوقف عند حدود أي دولة، وبالتالي غدت مسألة الإتجار بالسلع والبضائع التي تحمل علامات تجارية مقلدة ومزورة سبباً في عرقلة حركة التجارة الدولية وأدت إلى عدم تطورها وازدهارها بالشكل المأمول والمطلوب، بل أصبحت نذير شؤم على العديد من الدول وعامل خسارة لا عامل ربح مأمول[2].

والحديث عن ظاهرة تزوير العلامة التجارية وتقليدها وبيان مدى آثارها السلبية يحتم علينا أن نوضح الفرق بين كل من مسألة تزوير العلامة التجارية ومسألة تقليد العلامة التجارية حيث ان بين الاثنتين خط رفيع يفصل بينهما.

تزوير العلامة التجارية وتقليدها:

أولاً: تزوير العلامة التجارية

تزوير العلامة التجارية هو قيام المعتدي باصطناع علامة مطابقة تمام التطابق للعلامة محل التزوير، بحيث تصبح العلامة المزورة مطابقة للعلامة الأصلية، كما يعد تزويراً أيضاً

(1) وللدليل على ذلك نسوق مثالاً ورد لدى د. حسام الدين الصغير، المرجع السابق، وهو ما عرف بقضية Textron v. Aviation Sales وهي قضية تتعلق بتصنيع قطع غيار طائرات هليكوبتر رديئة وضعت عليها علامة تجارية مزورة، هي في الأصل علامة مسجلة مملوكة لشركة Bell Helicopter Division of Textron, Inc.، مما أدى إلى المساس بأمن وسلامة الطيران وضياع الأرواح، فقد وجدت المحكمة أن الحوادث التي وقعت لعدة طائرات هليكوبتر كانت بسبب قطع الغيار المعيبة التى صنعها وباعها المدعي عليهم وكانت تحمل العلامة التجارية المزورة مما أدى إلى حالات الوفاة والإصابات البدنية الجسيمة.

(2) تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية أكثر الدول تضرراً وخسارة من جراء الإتجار بالسلع التي تحمل علامات تجارية مزورة ومقلدة، حيث تبين التقارير المتخصصة الصادرة لبيان حجم الأضرار الناتجة عن هذا الإتجار أن الخسائر التى تكبدتها الصناعة والتجارة الأمريكية فى سنة 1996 بسبب المنتجات المزيفة بـ 200 بليون دولار امريكي فى مقابل 5.5 بليون دولار سنة 1982.

قيام المعتدي بانتزاع العلامة التجارية المطبوعة أو المحفورة أو المرسومة او المنقوشة على متن إحدى السلع أو المنتجات ووضعها دون وجه حق على سلع أو منتجات اخرى.

فالتزوير إذن هو نقل حرفي لعلامة تجارية بحيث يقوم المعتدي (المزور) باستخدامها لخلق أو إصطناع علامة تجارية له دون وجه حق، أو قيامه بنقل وأخذ العلامة الأصلية بالكامل واستخدامها دون وجه حق على منتجات وسلع أخرى غير تلك السلع أو المنتجات التي سجلت او استعملت بالأساس للدلالة عليهما، من خلال إعادة طبعها أو نقشها أو حفرها أو رسمها على منتجاته.

ثانياً: تقليد العلامة التجارية

تقليد العلامة التجارية هو محاكاة العلامة التجارية المسجلة او المستعملة من خلال إنشاء علامة تجارية تشابهها ولكن لا تطابقها تماماً، او تحاكي العناصر الرئيسية للعلامة دون أن تعتمد وتستغل هذه العناصر لتكوين علامة جديدة.

بمعنى آخر فان تقليد العلامة التجارية يعني خلق علامة جديدة على غرار علامة سابقة لها دون أن تعتمد في هذا الخلق على العلامة السابقة بذاتها أو على عناصرها الرئيسية، بحيث لو عرضت العلامتين معاً لكنا أمام علامة أصلية وعلامة أخرى مُخلقة على غرارها، فالتقليد إذن يفترض وجود علامتين، أما التزوير فلا يفترض إلا وجود علامة واحدة أصلية تم انتزاعها دون وجه حق وبالتالي استعمالها بدون سبب مشروع كعلامة تجارية لغير مالكها الأصلي.

الفرق بين تزوير العلامة وتقليدها:

من خلال ما تقدم يمكننا التفريق بين كل من تزويرالعلامة التجارية وتقليدها، بالقول مع البعض[1] بأن تزوير العلامة هو نقل العلامة المسجلة نقلا حرفيا وتاما بحيث

(1) د. حسام الدين الصغير، المرجع السابق.

تبدو مطابقة تماما للعلامة الأصلية، بينما التقليد فهو اتخاذ علامة تشبه فى مجموعها العلامة الأصلية، مما قد يؤدى الى تضليل الجمهور أو خداعه لظنه أن العلامة أصلية.

وقد قضت محكمة العدل العليا الاردنية في العديد من أحكامها بأنه لا يلزم فى التقليد أن يكون هناك ثمة تطابق بين العلامتين بل يكفى لتوافره وجود تشابه بينهما من شأنه تضليل جمهور المستهلكين وإحداث اللبس والخلط بين المنتجات، كما قضت بأن تقليد العلامة التجارية يقوم على محاكاة تتم بها المشابهة بين الأصل والتقليد بغرض ايقاع جمهور المستهلكين فى الخلط والتضليل[1].

ومتى كانت العلامة مزورة فالأمر لا يثير صعوبة لأن التشابه بين العلامة الأصلية والعلامة المزورة يكون تاما، على خلاف التقليد الذى يقتضى إجراء المقارنة بين العلامتين لتحديد وجوه الاختلاف والتشابه بينهما.

وعلى الرغم من اختلاف تزوير العلامة التجارية عن تقليدها[2] إلا أننا نجد أن المشرع الأردني متفقاً مع معظم المشرعين العرب، قد عالج كلاً من تزوير العلامة

(1) انظر القرار رقم 1986/120 فصل 1986/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الاردنيين لسنة 1988 عدد 2 ص1731 والذي جاء فيه " 1- يقتضي عند تطبيق القانون ان تعتبر احكامه وحدة يكمل بعضها بعضا . يستفاد من نص المادتين (3 /2 و 5) من قانون علامات البضائع رقم 19 لسنة 1953 انه يشترط لفرض العقوبة ان يكون الشخص قد باع بضاعة قد استعمل لها علامة مزورة او زائفة ويكون هذا التزوير او الزيف مؤديا الى الانخداع . ان استبعاد المحكمة لراي الخبير الذي قررت الاستعانة به دون احالة امر الخبرة الى خبير او خبراء اخرين مخالف للقانون، 2- ان مجرد استيراد البضاعة من دولة اجنبية وعليها العلامة المشابهة لا يكفي لتقرير عدم المسؤولية الا اذا ثبت ان العلامة التي استعملها المميز ضدهما ليست مزورة ولا زائفة او ان يثبتا كافة الامور المبينة في البنود (أ ـ ج) من الفقرة الثانية من المادة الثالثة من قانون علامات البضائع رقم 19 لسنة 1953 .وكذلك القرار رقم 72/ 1956 فصل 1956/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1956 عدد 2 ص 485 والذي جاء فيه " ان الفقرة الأولي من المادة (38) من قانون العلامات التجارية انما تعاقب على استعمال علامة تجاريه مسجلة او علامة مقلده لها على ذات الصنف من البضاعة التي سجلت العلامة من اجلها ، ولا تعاقب على مجرد استعمال العلامة بشكل أخر كاستعمالها على لوحة لا على بضاعة من نفس الصنف".

(2) قارن هذا الموقف مع موقف د. صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 402 حيث يرى أن تزوير العلامة التجارية وتقليدها هما وجهان لعملة واحدة!!.

التجارية وتقليدها في نص واحد وهو نص المادة 1/38/أ من قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 والتي نصت على "1- يعاقب بالحبس مدة...... أ- كل من زور علامة تجارية مسجلة وفقاً لأحكام هذا القانون، أو قلدها بطريقة تؤدي إلى تضليل الجمهور.....".

ويتضح من موقف المشرع الأردني أنه يشترط لقيام جريمتي التزوير او التقليد بحق العلامة التجارية هو وجوب ان تكون هذه العلامة مسجلة وفقاً لأحكام قانون العلامات التجارية الأردنية، أي مسجلة في الأردن، وهو ما يعني ان التزوير أو التقليد الواقع على علامة تجارية غير مسجلة لا يعقد المسؤولية الجنائية للمزور أو المقلد، مع الأخذ بعين الاعتبار أن من حق من زورت علامته غير المسجلة أو قلدت المطالبة دائماً بالتعويض عن ذلك إذا كان لهذا التعويض مقتضى قانوني.

وموقف المشرع الأردني الذي ربط قيام جريمتي التزوير والتقليد للعلامة التجارية على وجوب ان تكون مسجلة يجعلنا نتساءل حول مدى نجاعة هذه الموقف في توفير الحد الأمثل من الحماية القانونية للعلامات التجارية العالمية والتي في اغلب الأحوال لا تكون مسجلة داخل الأردن بل تكون معتمدة على شهرتها العالمية التي تجاوزت حدود بلدها الأصلي فاصبحت بفعل شهرتها ومعرفة الجمهور بها بمثابة العلامة التجارية المسجلة، وهنا يثور التساؤل حول كيفية حماية هذه العلامات داخل الأردن حماية جزائية تكفل وتضمن كف أيدي العابثين والمعتدين على حقوق الشركات مالكة مثل هذه العلامات؟؟! هذا من ناحية.

ومن ناحية أخرى، فالكل يعلم تماماً أنه لا قياس ولا اجتهاد في معرض تطبيق النص الجزائي وبالتالي فان القاضي الجزائي يجد نفسه محصوراً في إطار النص الذي أمامه ولا يملك الصلاحية او السلطة الكفيلة له بالقياس أو الاجتهاد عليه وهو بصدد

تطبيق أحكام هذا النص، والنص الذي أمامنا يقرر ويفترض حتى تكون العلامة أهلاً لرفدها بالحماية الجزائية وتمتعها بذلك ان تكون مسجلة في الأردن وإلا فلا!!.

وأمام هذتين النقطتين، لا بد لنا من التساؤل عن مدة جدوى الإبقاء على هذا النص بشكله ومضمونه الحالي ولماذا لا نبادر إلى تعديله لجعله يتضمن حداً أعلى من الحماية الجزائية المقررة لكافة العلامات التجارية سواء المسجلة او غير المسجلة، لأنه من الصعب أن نفرض على صاحب علامة تجارية مشهورة كعلامة "كوكاكولا" مثلاً القيام بتسجيل علامته داخل الأردن حتى تكون محل الحماية الجزائية وإلا فان علامته قد تتعرض للتزوير أو التقليد دونما رداع ودونما جزاء يكف أيدي العابثين، وهو الأمر الذي سيجعل مالك هذه العلامة يفكر ألف مرة قبل أن يستثمر بعلامته ومنتجاته داخل الأردن، وذلك لخوفه وحرصه على صون علامته وحقوقه وعدم تعريضهم لأي اعتداء، ولشعوره بانه لو تم الاعتداء على علامته سواء بالتقليد او التزوير فان المعتدي لن يطاله النص الجزائي ولكنه سيبقى عرضة ومحلاً للمطالبات المالية التي نعتقد بأن مالكي العلامات التجارية لا يعطونها بالاً ولا اهتماماً.

ولهذه الأسباب وحرصاً منا على أبقاء أبواب الاستثمار وجذب الأموال الأجنبية مشرعة بوجه المستثمرين ومالكي العلامات التجارية والمنتجات والسلع والخدمات، ندعو إلى ضرورة تعديل نص المادة 38/1/أ من قانون العلامات التجارية وأن لا نربط تطبيق الحماية الجزائية للعلامة التجارية على مسألة وجوب تسجيلها في الأردن، نعم التسجيل ضروري بل وحتمي ولكن يجب أن لا ترتبط به ولا بأي شكل من الأشكال الحماية الجزائية المقررة للعلامات التجارية.

خصوصاً وأن العديد من العلامات التجارية يتم تزويرها وتقليدها في هذه الأونة عبر الحاسوب ـ كما سنرى لاحقاً ـ ومثل هذه العلامات لا تكون مسجلة في كل دولة يصل إليها أثير شبكة الانترنت، لأن معنى ذلك أن تسجل العلامات التجارية في دول العالم أجمع

حتى ولو كان وضع العلامة التجارية على موقع مالكها الافتراضي على شبكة الانترنت يعتبر أول استعمال لها، وهذا بالطبع مطلب صعوب التحقق ومستحيل المنال.

نعود إلى موضوع التقليد والتزوير للعلامة التجارية لنقرر أن كلا الجرميتين مختلفتين عن بعضهما البعض، فالتزوير يفترض وجود اعتداء سواء كان بشكل طبع أو حفر أو رسم او وسم أو نسخ أو نقش لكامل العلامة التجارية محل التزوير أو على الأقل لأهم عناصرها الرئيسية ومن ثم وضعها واستعمالها دون وجه حق على بضائع وسلع أخرى غير سلع وبضائع مالكها الأصلي أو سلع وبضائع مشابهة لسلع وبضائع مالك العلامة مما يؤدي بالضرورة إلى تضليل الجمهور وخداعهم.

أما التقليد فيفترض بقاء العلامة المعتدى عليها كما هي دون اعتداء على مضمونها او عناصرها الرئيسية والاكتفاء بمحاكاتها أو تصنيع علامة أخرى على غرارها تأخذ من فكرتها الرئيسة أو تفاصيلها وعناصرها وأشكالها وألوانها ويتم خلق علامة أخرى تحاكيها وتماثلها ولكنها تتطابق معها تماماً فيكون ثمة فروق بينهما لا يسعصى امر كشفها على أصحاب الخبرة، ولكن قد يستعصى ذلك على غالبية جمهور المستهلكين وهنا تكمن الخطورة ومن هنا أيضاً جاءت علة التجريم لأن قانون العلامات التجارية لا تخاطب أصحاب الخبرة أو المستهلك الحريص بل تخاطب عموم المستهلكين وأقلهم حرصاً ودراية وخبرة.

ولهذا نقرر ان تزوير العلامة التجارية يتحقق إذا كان هناك اعتداء على كامل العلامة التجارية أو على عناصرها الرئيسية، بينما يتحقق التقليد إذا لم يكن هناك مثل هذا الاعتداء على العلامة التجارية او على عناصرها الرئيسية، وكان هناك مجرد تشابه أو محاكاة بين العلامتين الأصلية والمقلدة، بمعنى أبسط أن التزوير يفترض وجود علامة واحدة فقط تم الاعتداء عليها واستعمالها دون وجه حق من قبل غير مالكها، أما التقليد فيفترض وجود علامتين، أصلية مستعملة أو مسجلة بأسم مالكها، ومقلدة تحاكي العلامة الأصلية وتشبهها لدرجة تؤدي إلى غش الجمهور وتضليلهم.

يبقى لنا في هذا المطلب التمهيدي أن نجيب على التساؤل الذي قد يدور في خلد الكثرين وهو متى يقوم التشابه بين العلامات التجارية ومتى نكون امام علامة تجارية مزورة؟؟؟ والواقع أن خير من يجيبنا على هذا التساؤل هو القضاء الأردني الذي حدد منذ زمن بعيد معايير لقيام هاتين الجريمتين بحق العلامة التجارية فنراه وضع بعض الأسس التي من خلالها يمكننا القول بوجود التشابه بين العلامات التجارية من عدمه، وبالتالي يمكننا معرفة متى يخدع الجمهور، أو بمعنى أعم متى ترتكب جرائم العلامات التجارية بصورها المختلفة.

حيث جاء في قرار لمحكمة العدل العليا الأردنية[1] أنه " تأخذ بعين الاعتبار عند تقرير مسألة التشابه بين العلامات التجارية الأمور التالية:

1- الفكرة الأساسية التي تنطوي عليها العلامة التجارية.
2- المظاهر الرئيسية للعلامة التجارية لا تفاصيلها الجزئية.
3- نوع البضاعة التي تحمل العلامة.
4- احتمال وقوع التباس بينها وبين العلامة الأخرى عن طريق النظر إليها أو سماع أسمها.
5- عدم افتراض أن المستهلك عند شراء البضاعة يفحص علامته التجارية فحصا دقيقا ويقارنها بالأخرى.

(1) القرار رقم 65/108 مجلة نقابة المحامين، سنة 1966، ص157، وكذلك انظر القرارات التالية: 53/20 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 1953 ص 506 والقرار 53/31 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين سنة 1954 ص 3، والقرار 58/146 سنة 1987ص 226 و القرار87/137 عدل عليا سنة 1989 ص 916 والقرار 87/168 عدل عليا سنة 1989 ص 905 والقرار 88/164 عدل عليا سنة 1989 ص 921 والقرار 91/80 عدل عليا سنة 1992 ص1549 والقرار 91/7 عدل عليا سنة 1992 ص 1542 والقرار 92/28 عدل عليا سنة 1992 ص 1554 والقرار 93/138 عدل عليا سنة 1993 ص 1861 والقرار 94/7 عدل عليا سنة 1994 ص 2043 والقرار 94/8 سنة 1994 ص 2028.

الفصل الثاني
الركن المادي للتزوير ومدى انطباقه على التزوير المعلوماتي

التزوير بشكل عام سواء بصورته التقليدية أو بصورته الحديثة (المعلوماتية) هو كذب مكتوب أو تغيير حقيقة محرر أو مستند أو بيانات أو وقائع معينة باستخدام الوسائل المنصوص عليها في القانون، أو هو " تحريف مفتعل للحقيقة في الوقائع والبيانات التي يراد إثباتها بصك أو مخطوط بهما نجم أو يمكن أن ينجم عنه ضرر مادي او معنوي أو اجتماعي"[1].

ويتفق هذا التعريف مع ما جرى به القضاء الأردني بخصوص المقصود بالتزوير حيث تواترت الأحكام القضائية الصادرة عن محكمة التمييز الأردنية على اعتبار التزوير بمثابة " التزوير هو تحريف مفتعل للحقيقة في الواقع والبيانات المراد إثباتها بصك أو مخطوط يحتج بها أو يمكن أن ينجم عنه ضرر مادي أو معنوي أو اجتماعي، ويكون التحريف إما بتغير البيانات والواقع الواردة في محرر أو مخطوط أو باصطناعها"[2].

---

(1) المادة 260 من قانون العقوبات الأردني، وتقابل هذه المادة المادة 453 من قانون العقوبات اللبناني.

(2) انظر القرار رقم 2007/1034 فصل 2007/10/18 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 2008 عدد 4 ص 932 وهو قرار هيئة عامة صادر عن محكمة تمييز جزاء عمان، والقرار رقم 1999/673 الصادر عن محكمة تمييز جزاء عمان منشور في مجلة نقابة المحاميين الأردنيين لسنة 2000 عدد 4 ص 2006 والذي جاء فيه "1- عرفت المادة (260) من قانون العقوبات التزوير بأنه تحريف مفتعل للحقيقة في الوقائع والبيانات التي يراد إثباتها بصك أو مخطوط يحتج بهما نجم او يمكن أن ينجم عنه ضرر مادي أو معنوي أو اجتماعي والتغيير المادي هو ما يدركه الحس وتقع عليه العين سواء أكان بزيادة أو حذف أو تعديل في محرر موجود من الأصل أو بإنشاء محرر جديد، ويشترط للمعاقبة على التزوير بحدود المادة 262 من قانون العقوبات أن يقع هذا التزوير في سند رسمي وأن صنع الصك أو المخطوط هو إنشاء، محرر بكامل أجزائه على غرار اصل موجود أو خلق محرر على غير مثال سابق، فالاصطناع يقع على صورتين ـ خلق محرر لم يكن موجودا من قبل أو خلق محرر آخر بعد التعديل عليه بالحذف أو الإضافة، وعليه وحيث أن قيام المتهم بالتوقيع على محرر رسمي بعد اصطناعه وحذف أسماء أشخاص أخذت عينات ==

وعلة تجريم التزوير هي رغبة المشرع وحرصه على مد مختلف المحررات والوقائع والبيانات والمستندات الحماية القانونية التي تبعث في نفس الأفراد الثقة والقبول والالتزام بهذه المحررات والمستندات والوقائع والبيانات، فيقبل عليها الأفراد وهم مطمئنين إلى أنها تعبير صادق غير مشوه للحقيقة فتكون عندئذ محلاً لأحترامهم والتزامهم والتقيد بها وقبولها كوسيلة وأداة إثبات لهم أو عليهم وهم مرتاحي البال ومطمئنين النفس[1].

ولقد تأكدت هذه العلة من التجريم من خلال ما قضت به محكم التمييز الأردنية في أكثر من حكم مؤكدة على أن سبب تجريم التزوير هو ضمان عدم زعزعة ثقة الناس بالوقائع والمحررات والبيانات، بحيث ان انتفاء هذه العلة يؤدي إلى عدم تجريم المزور[2].

المياه من منازلهم وتم فحصها وظهرت النتيجة فيها بمخالفتها للمواصفات وذلك على اثر ظهور مشكلة تلوث المياه في المملكة ولتغيير هذه النتيجة تم اصطناع المحرر وشطب العينات المخالفة للمواصفات لتصبح النتيجة مطابقة وبما يعنى أن المياه صالحة للشرب فيكون ما اقدم عليه المتهم جناية التزوير وليس إعطاء مصدقة كاذبة ذلك أن المصدقة الكاذبة هي الورقة أو الشهادة الخطية التي تتضمن بيانا أو اخبارا كاذبا خلافا للحقيقة وهي تدبير إداري يقصد به تزويد الشخص بمصدقة يحتج بها في نطاق محدود دون أن تعتبر حجة كاملة بذاتها في حين أن المحرر المزور يعتبر حجة كاملة بذاته ويعتبر سندا رسميا ويشكل العبث به جناية التزوير ومن الجرائم المستثناة من أحكام قانون لعفو العام رقم 6 لسنة 1999 ولا يشترط في تزوير الأوراق الرسمية أن يترتب عليه ضرر مادي لان مجرد لعبث بالأوراق الرسمية يهدم الثقة التي لا بد من جودها في كل ورقة رسمية ويلحق ضررا بالمصلحة لعامة والنظام العام ".

(1) يتفق موقف المشرع الأردني هنا مع موقف كل من المشرع المصري (المواد 206 ـ 227 من قانون العقوبات المصري) وموقف المشرع الإماراتي (المواد 211 ـ 230 من قانون العقوبات الاتحادي في دولة الإمارات العربية المتحدة.

(2) انظر قرار تمييز جزاء رقم 1999/339 فصل 1999/8/31 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 2000 عدد 1 ص 1172 والذي جاء فيه ".... ما توصلت إليه محكمة الاستئناف في عدم مسؤولية المتهم بحجة وضوح التزوير ولا يمكن أن ينخدع به أي شخص ولا يمكن أن يؤدي إلى أي ضرر مادي أو معنوي في غير محله لان كل تغيير او عبث في الأوراق الرسمية فيما أعدت لإثباته يشكل ضررا اجتماعيا إذ يهدم أو يزعزع الثقة بها مما يفقدها قيمتها، وبنفس المعنى انظر قرار تمييز جزاء عمان رقم 1956/24 فصل 1956/1/1 منشور في نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1956 عدد 1 ص 158.

ولهذا نجد أن المشرع الأردني نظم الأحكام الخاصة بجريمة التزوير تحت باب الجرائم المخلة بالثقة العامة مثلها في ذلك مثل جرائم تقليد ختم الدولة والعلامات الرسمية والبنكنوت والطوابع[1].

وجريمة التزوير وفقاً للقانون الجنائي المقارن تقوم على ركنين أساسيين هما، الركن المادي المتمثل في فعل تحرف أو تغيير الحقيقة الواقع على المحرر أو الواقعة أو البيان أو المستند، والركن المعنوي هو توفر عنصري العلم والإرادة لدى المزور لحظة قيامه بتغيير حقيقة محرر أو مستند بانه يقوم بالمساس والإخلال بمفهوم الثقة العامة المصانة قانونياً وقضائياً.

أما الركن المادي لجريمة التزوير فيمكننا تحليله إلى أربعة عناصر وهي: محل جريمة التزوير وهو المحرر، والنشاط الإجرامي المتمثل في فعل تغيير الحقيقة، و طرق وأساليب التزوير وأخيراً عنصر الضرر كعنصر أساسي لا يقوم من غيره الركن المادي لجريمة التزوير.

وأما الركن المعنوي فيتحلل إلى عنصرين وهما: القصد العام، بمعنى اتجاه إرادة الجاني نحو إحداث النشاط الاجرامي (تغيير الحقيقة) مع علمه بكافة عناصر الركن المادي لجريمة التزوير والسابق بيانها، والقصد الخاص: بمعنى انه لا يكفي لقيام جريمة التزوير توفر القصد العام لدى الجاني بل لا بد لقيامها من توفر القصد الخاص

---

(1) انظر قرار تمييز جزاء عمان رقم 1996/415 فصل 1996/7/10 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1997 عدد 1 ص 3888 والذي جاء فيه" ان مجرد تغيير الحقيقة في الاوراق الرسمية يشكل جرم التزوير بصرف النظر عن الباعث على ارتكاب الجرم وبدون ان يتحقق ضرر خاص يلحق شخصا بعينه من وقوع الجرم، لان هذا التغيير ينتج عنه حتما حصول ضرر بالمصلحة العامة، اذ يترتب على العبث بالاوراق الرسمية النقص من قيمتها اضافة الى ان الارقام والتواريخ والعلامات في الاوراق الرسمية تعتبر جزءا من اجزاء هذه الاوراق ويعتبر التغيير بها تغييرا للحقيقة ولم يميز المشرع بين طرق تغيير الحقيقة في هذه الاوراق بل سوى بينها جميعا في الحكم، وعليه فيكون تغيير التواريخ الواردة على رخصة اقتناء السيارة المنتهية المفعول بحيث تصبح سارية المفعول في تاريخها يشكل التزوير في اوراق رسمية واستعمالها خلافا للمواد (260 و 261 و 265) من قانون العقوبات.

لدى هذا الجاني بمعنى أن يكون أرتكابه لجريمة التزوير منبثقة عن نية أكيدة وغاية متوخاة من قبله تتمثل في إستعمال المحرر الذي قام بتغيير حقيقته[1].

وعليه فإن دراستنا للركن المادي للتزوير ومعرفة مدى إنطباقه على التزوير المعلوماتي يحتم علينا دراسة كافة العناصر التي يتكون منها هذا الركن ألا وهي كل من المحرر وفعل تغيير الحقيقة وطرق التزوير والضرر، من خلال المباحث الأربعة التالية.

---

(1) قارن ما تقدم مع قرار تمييز جزاء رقم 1982/139 فصل 1982/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1982 عدد 11 ص 1587 والذي جاء فيه " - يتبين من نص المادة (260) من قانون العقوبات لسنة 1960 ان جريمة التزوير تتم عند توافر اركان ثلاثة وهي:

1- تغيير للحقيقة في المحرر.
2- ترتب الضرر او احتمال ترتبه من جراء هذا التغيير.
3- القصد الجنائي." ولقد تكررهذا المبدأ في قرار تمييز جزاء رقم 1977/246 فصل 1977/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1987 عدد 1 ص 22.

المبحث الأول
المحـــرر وعلاقته بالتزوير المعلوماتي للعلامات التجارية

المحرر التقليدي والمحرر المعلوماتي:

المحرر أو السند الكتابي وفقاً لمصطلح القانون الأردني هو محل جريمة التزوير الذي ينصب عليه الفعل أو النشاط الإجرامي المكون لجريمة التزوير والمتمثل في تغيير الحقيقة، وبالتالي يعتبر المحرر هو المال أو المصلحة التي يقع بإرتكاب الجريمة عدوان عليها، ويرمي القانون إلى حمايتها بالجزاء الجنائي، وهذه المصلحة هي في جريمة التزوير - كما بينا سابقاً - الثقة العامة في صحة المظهر القانوني للمحررات التي يشملها القانون بحمايته[1].

والمحرر بالمعنى المتقدم يمثل محل جريمة التزوير وموضوعها التي لا تتحقق ولا تقع إلا بوجوده، بحيث إذا أنعدم وجود هذا المحرر انعدم وجود الجريمة من الأساس فلا جريمة تزوير دون محرر لأن الهدف من التجريم هنا هو حماية المصلحة العامة وصيانة الثقة العامة بالمحررات.

وتغيير الحقيقة في المحرر أو في مخطوط أو صك كما عبر عن ذلك المشرع الأردني هو مناط قيام جريمة التزوير وهو ما يفهم صراحة من منطوق نص المادة 260 من قانون العقوبات الأردني التي أوضحت أن التزوير هو " تحريف مفتعل للحقيقة في الوقائع والبيانات التي يراد إثباتها بصك أو مخطوط يحتج بهما نجم أو يمكن أن ينجم عنه ضرر مادي أو معنوي أو اجتماعي". فالتزوير في نظر المشرع الأردني إذن هو ذلك التغيير المفتعل لحقيقة الوقائع والبيانات التي يراد الاحتجاج بها من خلال صك او

(1) د. محمد زكي أبو عامر، قانون العقوبات، القسم الخاص، الدار الجامعية، سنة 1989، ص 93.

مخطوط، وهذا يعني ان المشرع الأردني كغيره من المشرعين[1] لا يقيموا بالاً لتغيير الحقيقة الشفوي او العملي في إطار جريمة التزوير التي لا تقوم بالنسبة لهم إلا بالكتابة والخط فقط، وهو ما يقتضي وجود محرر يتضمن وقائع او بيانات يراد إثباتها بصك او مخطوط او محرر[2].

هذا بالنسبة للمحرر كمحل لجريمة التزوير ولكن ما هو تعريف المحرر وبالتالي هل أن المشرع الأردني اعتبر العلامة التجارية من قبيل المحررات ولهذا نراه قد جرم عملية تزويرها في المادة 38 من قانون العلامات التجارية والمادة 3 من قانون علامات البضائع ، ثم هل من الممكن أن تعتبر العلامة المعالجة إلكترونياً او آلياً من قبيل المحررات المعلوماتية؟؟ .

المحرر او الصك أو المخطوط او السند الكتابي وفقاً لإصطلاح المشرع الأردني هو كما يراه البعض[3] - بحق - " كل مسطور يتضمن علامات تعطي معنى متكاملاً لمجموعة من المعاني والأفكار الصادرة عن شخص أو أشخاص معينين"، أو هو " كل مكتوب يفصح عن شخص من صدر عنه ويتضمن ذكراً لواقعة او تعبيراً عن إرادة من

---

(1) كالمشرع المصري في نص المادة 211 من قانون العقوبات والمشرع اللبناني في المادة 453 من قانون العقوبات والمشرع الإماراتي في المادة 216 من قانون العقوبات.

(2) ولقد جرى قضاء محكمة التمييز الأردنية على هذا المنوال، انظر قرار تمييز جزاء عمان رقم 1999/175 فصل 1999/4/29 منشور في مجلة نقابة المحامين الاردنيين لسنة 1999 عدد12 ص 4125 والذي جاء فيه " 1- يشترط لقيام جرم التزوير أن يقع التزوير بصك أو مخطوط يصلح للاحتجاج به ويكون له قوة في الإثبات ولما كان المستفاد من المادة التاسعة من قانون البينات أن صورة السند الرسمي ليس لها قوة في الإثبات إلا إذا كانت مقدمة من موظف عام، وإلا فان إبراز صورة السند الرسمي والتثبت من وقوع التزوير بواسطته لا يكفى للقول بقيام الجرم لان الصورة لا تكفي للاحتجاج بها أمام القضاء ويكون الفعل غير مستوجب العقاب"، وكذلك انظر قرار تمييز جزاء عمان رقم 1982/139 فصل 1982/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الاردنيين لسنة 1982عدد 11 ص 1587 والذي جاء فيه " 1- يتبين من نص المادة (260) من قانون العقوبات لسنة 1960 ان جريمة التزوير تتم عند توافر اركان ثلاثة وهي: 1- تغيير للحقيقة في المحرر 2- ترتب الضرر او احتمال ترتبه من جراء هذا التغيير 3- القصد الجنائي."

(3) د. محمد زكي أبو عامر، المرجع السابق، ص 93.

شانه إنشاء مركز قانوني معين او تعديله او إنهاؤه او إثباته"[1]، وهو أيضاً " عبارات خطية مدونه بلغة يمكن ان يفهمها الناس، وأن يتضمن سرداً لواقعة او تعبيراً عن إرادة وأن يكون له حجية وصلاحية للتمسك به في مواجهة الغير"[2]، وهو أيضاً " العلامات التي ينتقل بها معنى معين من شخص إلى شخص آخر عند النظر إليها، ويستوي في هذه العلامات أن تكون مكونة من الكلمات و الحروف التي تقوم عليها اللغة أو أن تكون مجرد رموز تعبر عن معان مصطلح عليها لدى الناس"[3].

والغاية من سرد كل هذه التعريفات هو التاكيد على نقطة أساسية تضمنتها كل هذه التعريفات ألا وهي ضرورة ان يكون المحرر مكتوباً، وان يكون له مصدر وأن يكون له مضمون، وهو ما سنقوم ببيانه تباعاً.

الكتابة:

هي عنصر أساسي ورئيسي من عناصر المحرر محل جريمة التزوير، وهو الأمر الذي يجعلنا نستثني من إطار جريمة التزوير تغيير الحقيقة الذي يتم من خلال تركيب الأصوات أو الصور على الأشرطة والأفلام على إعتبار أن هذه الأخيرة لا تعتبر من قبيل المحررات ولا حتى أحد إجزائها حتى ولو كانت متصلة بها[4].

وطالما كان المحرر محل جريمة التزوير مكتوباً وفقاً للمعنى المتقدم، فلا يهم بعد ذلك طريقة الكتابة بحد ذاتها حيث يستوي أن تكون الكتابة باليد أو من خلال الآلة الطابعة أو من خلال الحاسوب كما يستوي أيضاً أن تكون الكتابة من خلال

---

(1) د. عوض محمد، الجرائم المضرة بالمصلحة العامة، دار المطبوعات الجامعية، الاسكندرية، سنة 1985، ص 174.

(2) استاذنا الدكتور رمسيس بهنام، الجرائم المضرة بالمصلحة العامة، منشاة المعارف بالاسكندرية، سنة 1986، ص164 وما بعدها.

(3) د. فوزية عبد الستار، شرح قانون العقوبات، القسم الخاص، دار النهضة العربية، سنة 1988، ص 255.

(4) انظر بهذا المعنى، د.محمد زكي ابو عامر، المرجع السابق، ص 94 وكذلك د.عبد الفتاح بيومي، الدليل الجنائي والتزوير في جرائم الكمبيوتر والانترنت، دار الكتب القانونية، سنة 2002، ص 167 حيث يرى أن الفقه والقضاء مستقرين على ذلك.

الحفر أو الرسم أو الطباعة أو من مزيج من ذلك كله، كما يستوي أيضاً أن تتم الكتابة من قبل الجاني نفسه أو من قبل غيره، كما يستوي أيضاً ان تكون المادة المستعملة في الكتابة هي الأحبار سواء الجافة أو السائلة أو ان تتم الكتابة من خلال أقلام الرصاص، كما لا يهم مستوى جودة الكتابة حيث يستوي ان تكون الكتابة جيدة او رديئة، كما يستوي ايضاً الدعامة التي تتضمن هذه الكتابة إذ قد تكون هذه الدعامة من الورق أو القماش أو الجلد أو الخشب او غيرها من الدعامات الأخرى.

وطالما ان الكتابة عنصر رئيسي من عناصر المحرر الصالح لأن يكون محلاً لجريمة التزوير فان معنى ذلك ضرورة التصدي لأنواع المحررات الكتابية وبيان مدى حجيتها ومدى إمكانية شمولها للمحررات المعلوماتية.

والمحررات الكتابية أو الأسناد أو الصكوك أو المخطوطات او الأدلة الكتابية على ثلاثة أنواع، محررات رسمية ومحررات عرفية وأوراق غير موقعة.

المحرر الرسمي:

هو السند الكتابي الذي ينظمه موظف عام مختص بتنظيمه قانوناً ويدخل أمر إعداده ضمن اختصاصاته وصلاحياته الوظيفية، وهو أيضا كل سند كتابي ينظمه صاحبه ويصدق عليه موظف عام مختص قانوناً بالتصديق عليه[1].

---

(1) ولقد استقر العمل القضائي على تأكيد هذا المعنى انظر في هذا الصدد قرار محكمة تمييز جزاء عمان رقم 1964/62 منشور في مجلة نقابة المحامين الاردنيين لسنة 1964 عدد 1 ص 757 والذي جاء فيه " ان شهادة الميلاد الصادرة عن وزارة الصحة هي من الاوراق الرسمية وادخال تزوير في تاريخ الميلاد وفي تاريخ تسجيلها هو من الجرائم الجنائية وتنطبق عليه المادة (265) من قانون العقوبات ويكون مرجع النظر فيه بالنسبة للحدث محكمة البداية، ذلك لان مثل هذه الشهادة تصدر عن وزارة الصحة وتسجل في سجلاتها ويترتب على اعطائها حقوق عامه وخاصة"، وكذلك انظر قرار تمييز جزاء عمان رقم 1964/119 فصل 1964/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الاردنيين لسنة 1967 عدد 1 ص 78 فقرة 1وكذلك انظر قرار تمييز جزاء عمان رقم1964/173 فصل 1964/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الاردنيين لسنة1965 عدد 2 ص 656والذي جاء فيه " 1. كون الأوراق التي وقع عليها التزوير صادره عن سلطه قناة الغور الشرقية وموقعه من الموظف المختص فيها يجعلها وثيقة رسميه ويجعل جرم المميز من نوع الجناية وليس الجنحة ولو كان موظفا في السلطة باجر يومي فيعتبر في عداد الموظفين بالنسبة للعمل الذي يقوم به وكونه قد قام به بمقتضى وظيفته".

والفرق بين المحرر الرسمي الذي ينظمه ويعده الموظف المختص بذلك وبين المحرر العرفي الذي يعده صاحبه ويصدق عليه الموظف المختص فينقلب إلى محرر رسمي[1]، هو انه المحرر الأول يعمل به ويأخذ بأحكامه دون أن يكلف مبرزها إثبات ما ورد فيه ويعمل بها ما لم يثبت تزويرها حيث لا يطعن بها إلا بالتزوير، بينما المحرر الثاني لا يعمل بها إلا في إطار التاريخ الوارد في متنه والتوقيع فقط على اعتبار أن الموظف المختص هو الذي صادق عليه وبالتالي يعتبر تاريخ هذا المحرر تاريخ ثابت قانوناً كما ويعتبر التوقيع صحيحاً للمصادقة عليه من قبل الموظف العام المختص قانوناً بذلك.

وتعتبر المحررات الرسمية سواء المنظم من قبل الموظف العام أو المنظم من صاحبه والمصادق عليه من قبل الموظف العام حجة بما ورد به على الكافة ما لم يطعن به بالتزوير[2].

وإذا فقد المحرر الرسمي أحد شروطه المبينة فيما سبق تحول إلى سند عرفي وفقد حجيته الكاملة على الكافة وكان له ما للمحررات العرفية من حجية شريطة أن يكون ذوو الشأن قد وقعوا عليه بأختامهم أو تواقيعهم أو بصمات أصابهم.

---

(1) انظر قرار تمييز جزاء عمان رقم 1964/119 فصل 1964/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الاردنيين لسنة 1967 عدد 1 ص 78 فقرة 1والذي جاء فيه " 1. ليس بشرط لاعتبار التزوير واقعا في محرر رسمي ان يكون هذا المحرر قد صدر عن موظف عمومي من أول الأمر ذلك ان المحرر قد يكون عرفيا في أول الأمر ثم ينقلب الى محرر رسمي بعد ذلك إذا ما تدخل فيه موظف عمومي في حدود وظيفته، فإذا قدم شخص محررا نظمه الى الموظف المختص للموافقة عليه في حدود وغير هذا الشخص في البيات التي وافق عليها الموظف، فان هذا الفعل يعتبر تزويرا في محرر رسمي وليس تزويرا في محرر عادي ".

(2) ويشترط لقيام جريمة تزوير في محرر رسمي وفقاً لما جرى به قضاء محكمة التمييز الاردنية إلىأن يكون المحرر رسمياً وفقاً لما تقدم بيانه في المتن وأن يقع تغيير الحقيقة في هذا المحرر في الحزء الرسمي منه، انظر في تأكيد وهذا المعنى قرار تمييز جزاء رقم 1968/56 فصل 1968/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1968 عدد 2 ص 650 والذي جاء في فقرته الأولى" 1. يشترط لاعتبار التزوير واقعا في ورقه رسمية:

أولاً: أن تكون الورقة التي جرى فيها تغيير الحقيقة من الأوراق الرسمية.

ثانياً: أن يكون تغيير الحقيقة قد وقع في الأجزاء الرسمية منها، أي في البيانات التي أعدت تلك الورقة الرسمية لاثباتها".

المحرر العرفي:

وهو السند الكتابي الذي يشتمل على توقيع من صدر عنه أو على خاتمه أو بصمة إصبعه دون أن يتوافر فيه شروط المحرر الرسمي.

ويجوز لمن يحتج عليه بمحرر عرفي وكان لا يريد أن يعترف به وجب عليه أن ينكر صراحة ما هو منسوب عليه من خط أو توقيع أو خاتم أو بصمة إصبع وإلا كان حجة عليه بما ورد فيه.

ولا يكون للمحرر العرفي حجة على الغير إلا منذ أن يكون له تاريخ ثابت، ويكون للمحرر العرفي تاريخ ثابت متى صادق عليه الكاتب العدل أو ثبت مضمونه في ورقة أخرى ثابتة التاريخ رسمياً[1] أو مؤشر عليه من قبل القاضي او الموظف المختص أو من تاريخ وفاة مصدره أو من تاريخ استحالة قيام من أصدره بالكتابة أو التوقيع لعلة في جسمه.

الأوراق غير الموقعة:

وهي عبارة عن دفاتر التجار التي قد تكون اختيارية أو إجبارية، فإذا كانت اختيارية فأنها وفقاً للأصل العام المقرر في قانون البينات الأردني لا تعتبر حجة على غير التجار ومع ذلك فإن ما تحتويه من بيانات تصلح لأن تكون أساسا تعتمد عليه المحكمة لتوجيه اليمين المتممة سواء للتجار أنفسهم أو لخصومهم لحسم النزاع القائم بينهم[2].

أما إذا كانت إجبارية بمعنى أن القانون يوجب على التجار مسكها وتنظيمها فإنها تعتبر حجة لصاحبها في كافة معاملاته المتعلقة بتجارته في حالتين: الأولى إذا كانت منظمة تنظيماً قانونياً والثانية إذا كان النزاع القائم بين صاحبها وبين تاجر آخر[3].

(1) انظر بهذا المعنى احمد نشات، رسالة الإثبات، المجلد الأول، غير مذكور دار النشر ولا سنة النشر، الطبعة السابعة، ص 299 وما بعدها.

(2) انظر بهذا المعنى احمد نشات، المرجع السابق، ، ص 454 وما بعدها.

(3) انظر في تاكيد ما تقدم قرار تمييز جزاء عمان رقم رقم 1956/92 فصل 1956/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1956 عدد 1 ص 690 والذي جاء فيه" 1. ان تغيير الحقيقة في الدفاتر والأوراق الخاصة يعد =

كما وتكون هذه الدفاتر حجة على صاحبها سواء كانت منظمة تنظيماً قانونياً أم لم تكن شريطة أن يتمسك من يريد أن يستخلص منها دليلا لنفسه بها كاملة دون تجزئة بحيث لا يجوز له أن يجزئ ما ورد فيها ويستبعد ما كان مناقضاً لدعواه.

وبشكل عام فإن الدفاتر والأوراق الخاصة لا تكون حجة لمن صدرت عنه بينما تكون حجة عليه إذا ذكر فيها صراحة انه استوفى ديناً أو إذا ذكر فيها صراحة أنه قصد بما دونه فيها أن تقوم مقام السند لمن أثبتت حقاً لمصلحته.

تلك كانت أنواع وأشكال المحرر والذي كما ذكر البعض[1] ـ بحق ـ بأنه " لا يوجد في الأصل اللغوي لكلمة محرر ما يقصر معناه على ما هو مكتوب على نوع معين من الدعامات سواء أكان ورقاً أم غير ذلك"، ولذا نستطيع القول بان كلمة محرر كلمة مطاطية المعنى وقد تشمل كل من المحرر الكتابي والمحرر المستخرج من الحاسوب (المحرر الالكتروني) على حد سواء، وهو ما يدفعنا كرجال قانون وقضاء إلى ضرورة تغيير مفهومنا التقليدي للمحرر وعدم ربطه دائماً بما هو محرر على الورق فقط فمفهوم المحرر وفقاً لما تقدم يسمح لنا بعدم اقتصاره على الكتابة الورقية فقط بل قد يكون كتابة محوسباتية (من خلال الحاسوب)[2].

وعطفاً على ما تقدم نقرر أن مفهوم المحررات مفهوم واسع يشمل كل من المحررات الرسمية والعرفية وأوراق غير الموقعة، كما يشمل أيضاً المحررات المعلوماتية أو المحررات المعالجة آلياً أو إلكترونياً أو من خلال جهاز الحاسوب أو أي جهاز حديث

تزويرا معاقبا عليه اذا كانت هذه الأوراق صالحه لان تتخذ دليلا او قرينه أمام القضاء، 2. ان اي تغيير في الدفاتر التجارية يعتبر تزويرا في محررات خاصة اذ ان قانون البينات اعتبر الدفاتر التجارية حجه على صاحبها سواء اكانت منظمة تنظيما قانونيا ام لم تكن، كما انه اعتبرها حجه لصاحبها في المعاملات المختصة بتجارته اذا كانت منظمة وكان الخلاف بينه وبين تاجر.

(1) د. محمد حسام لطفي، الإطار القانوني للمعاملات الالكترونية، القاهرة سنة 2002، ص 26.

(2) د. عامر محمود الكسواني، التجارة عبر الحاسوب، دار الثقافة للنشر والتوزيع، سنة 2008، ص 135 وما بعدها.

يستعمل لنقل المعلومة عن بعد، وهي المحررات التي أصطلح على تسميتها بالمحررات الإلكترونية[1] ونعتقد أو التسمية الدقيقة لها يجب أن تكون المحررات المحوسبة.

هذا عن كافة أنواع المحررات والتي كما وجدنا لا يوجد في المعنى أو المقصود بكلمة محرر ما يوجب أن يكون قاصراً فقط على المحرر الرسمي أو المحرر العرفي أو الأوراق غير الموقعة بل أن معنى المحرر كما رأيناه يتسع ليشمل بين طياته كافة أنواع الوسائط التي تتضمن معلومة أو فكرة أو بيان معين سواء كان هذا الوسيط ورقي أم لا وسواء كانت هذه المعلومة أو الفكرة أو البيانات مكتوبة او منسوخة، ولهذا نجد أن إصطلاح المحرر ينطبق أيضاً على المعلومة أو الفكرة أو البيان المعالج إلياً أو إلكترونياً سواء بقي مخزن داخل جهاز الحاسوب او تم إخراجه منه وطباعته وبالتالي إعتباره إحدى مخرجات الحاسوب[2].

والفرق الوحيد بين كل هذه المحررات هو حجيتها في الإثبات والتي تصدى لمعالجته قانون البينات الأردني، فخص كل محرر منها بحجية تتناسب والغاية المرجوة منه، فوجدنا أن حجية المحررات الرسمية هي حجية تامة وكاملة على الجميع، وأن حجية المحررات العرفية هي حجية قاصرة بين أطرافها وأن حجية الأوراق غيرالموقعة هي

---

(1) انظر بخصوص ما تقدم كل من د. لورنس محمد عبيدات، إثبات المحرر الالكتروني، رسالة دكتوراه، دار الثقافة للنشر والتوزيع، سنة 2005، 77 وما بعدها، وكذلك، د. محمد فواز المطالقة، عقود التجارة الالكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، سنة 2006، ص 201 وما بعدها.

(2) تاكيداً لهذا المعنى انظر قرار تمييز جزاء عمان رقم 1999/582 فصل 1999/8/3 والمنشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 2000 عدد 1 ص 1084 والذي ذهب بعيداً في تفكيره وتحليله لجريمة التزوير واقر بإمكانية وقوع التزوير في المحررات غير التقليدية كشاصي المركبة مثلاً حيث جاء في هذا القرار" إذا كان الجرم المسند للمشتكى عليهم هو جرم تزوير أرقام شاصي باص يحمل لوحة أردنية ومدفوعة عنه الرسوم الجمركية ولم يكن القصد من جرم التزوير التخلص من تادية الرسوم الجمركية أو الرسوم والضرائب الأخرى فان الجرم المسند للمشتكى عليهم وعلى فرض ثبوته لا يشكل جرم تهريب جمركي عملا بالمادتين (203 و 204) من قانون الجمارك رقم 20 لسنة 1998 ويكون مدعي عام محكمة البداية هو المرجع المختص بالتحقيق في القضية عملا بأحكام المادة (51/ 1) من قانون أصول المحاكمات الجزائية.

حجية تستمدها من القانون نفسه وفقاً لطبيعتها ومدى إلزاميتها القانونية لمن صدرت عنه وفقاً لما تقدم.

أما حجية المحررات المعلوماتية فنرى أنها تستمد من الغاية المرجوة من هذه المحررات وهي إذكاء الثقة العامة بهذه المحررات ومنع التلاعب بها وبالتالي فإن المصلحة القانونية الواجب حمايتها من خلال هذه المحررات المعلوماتية هي حماية الثقة العامة، وعليه نقرر أن المحررات المعلوماتية يجب ان تتمتع بنفس القدر من الحجية والإلزام التي تتمتع به المحررات الرسمية بصرف النظر عن شكل هذه المحررات أو طريقة كتابتها أو شكلها أو اللغة المستخدمة فيها، خصوصاً ونحن نعيش هذا العصر الذي من إحدى سماته الثورة المعلوماتية[1].

غاية ما في الأمر إذن ان المحرر المؤهل ليكون محلاً لجريمة التزوير يشترط فيه ان يتضمن وينطوي على فكرة أو معلومة أو بيان معين ينسب لشخص بعينه دون غيره وتكون هذه الفكرة أو المعلومة أو البيان يعبر عن واقعة معينة بصرف النظر عن آلية كتابة هذه الفكرة او تلك المعلومة وبصرف النظر أيضاً عن الدعامة التي تحتويها وتتضمنها حيث قد يكون هذه الدعامة ورقية وقد تكون غير ورقية كأن تكون عبارة عن موقع الكتروني معين أو ملف الكتروني تخزن فيهما هذه المعلومة أو تلك الفكرة ومع ذلك تبقى هذه الفكرة وتلك المعلومة مكونة لما يسمى بالمحرر.

هل العلامة التجارية محرر وفقاً للمعنى المتقدم:

يعتبر المحرر من عناصر الركن المادي لجريمة التزوير، وبينا أن هذا المحرر لا بد ان يكون متخذاً شكل الكتابة بمعنى أن يكون هذا المحرر ينطوي على معانٍ ووقائع

---

(1) قارن ما تقدم مع موقف المشرع الأردني الثابت في قانون البينات الأردني حيث رفد المحررات المعلوماتية بنفس حجية المحررات العرفية او العادية حيث تنص المادة 3/13/ج من هذا القانون على "ج- وتكون لمخرجات الحاسوب المصدقة أو الموقعة قوة الاسناد العادية من حيث الاثبات ما لم يثبت إليه أنه لم يستخرجها او لم يكلف أحد باستخراجها".

أو بيانات مكتوبة بلغة ما بحيث يستطيع المطلع عليها فهمها ومعرفة مدلولها، وعليه هل تعتبر العلامة التجارية محرر وبالتالي تكون من الممكن ان تكون محلاً لجريمة التزوير سواء التقليدي أو المعلوماتي؟.

لعله من حسن الطالع أن يكون رجال الفقه القانوني قد اتفقوا على إعطاء معنى الكتابة المكونة للمحرر محل جريمة التزوير معنى واسع بحيث يشمل فيما يشمله من أفكار ومعاني أية "علامة أو رمز ينتقل به المعنى من شخص إلى شخص آخر، سواء أكانت هذه الكتابة مكونة من حروف أم من علامات إصطلاحية متفق عليها ولو لم تكن من نوع الحروف المعروفة كالأرقام و رموز الشفرة ورموز الاختزال واياً ما كانت اللغة المسطرة بها إذ يستوي أن يكون المحرر مكتوباً بلغة وطنية او أجنبية حديثة أو قديمة عامة أو تخصصية مفهومة للكافة أو لفئة محدودة من الناس ما دامت لم تندثر بحيث ينعدم استخدامها"[1].

وعلى ضوء ما تقدم نجد أن مفهوم المحرر يتسع ليشمل فيما يشمله من أفكار ومعاني مفهوم العلامة التجارية الذي جاء تعريفها مؤكداً على صحة وسلامة ما اتفق عليه رجال الفقه وفقاً لما تقدم ، حيث تعرف العلامة التجارية بأنها تشمل كل ما يأخذ شكلاً مميزاً من اسماء أو كلمات او إمضاءات أو حروف أو أرقام أو رسوم أو رموز أو عناوين أو دمغات أو اختام او صور أو نقوش او إعلانات، وبالتالي فإن مفهوم العلامة التجارية يشمل كل شكل أو كتابة تتضمن معنى معين وتدل على شيء معين وهذا الشيء إما ان يكون منتج او سلعة أو خدمة.

كما وجدنا أيضاً وفي إطار معالجتنا لمفهوم المحررات بان المحرر هو كل كتابة تتضمن معنى معين وتدل على شيء معين وهذا الشيء أما أن يكون توثيق لواقعة قانونية معينة او تدوين لواقعة مادية معينة وبصرف النظر عن نوع الكتابة او الدعامة

(1) د. محمد زكي ابو عامر، المرجع السابق، ص 95.

التي توجد عليها هذه الكتابة فالمهم إذن ان يتضمن هذا المحرر معنى معين يدل على شيء معين.

وعليه نجد أن هناك تقارباً كبيراً بين كل من العلامة التجارية كشكل يتضمن معنى معين يدل على بضاعة او سلعة لشخص ما وبين المحرر كوسيلة تتضمن معنى معين يدل على شيء معين.

وبالتالي يمكننا القول بان العلامة التجارية متى تم طبعها أو حفرها أو رسمها او نقشها على دعامة معينة بصرف النظر عن نوع هذه الدعامة تعتبر من قبيل المحررات طالما انها كانت تتضمن معنى معين يدل على شيء معين بالذات، خصوصاً وانه لا يوجد قانوناً ما يقتصر مفهوم المحررات على الكتابة بمعناها التقليدي.

وعلى ضوء ما تقدم نقرر أن مفهوم المحررات يشمل أية كتابة أو رسم أو تنظيم معين للخطوط والحروف او الالوان يشير ويقرر معنى معين ويربط هذا المعنى بشخص معين بالذات ويرتبط به وينتسب إليه دون غيره، وهو ما يصدق بالنسبة للعلامة التجارية التي ما هي إلا شكلاً مميزاً يتكون من أسماء أو كلمات أو إمضاءات أو حروف أو أرقام أو رسوم أو رموز... ترتبط بشخص معين بالذات وتنتسب إليه دون غيره.

واعتبار العلامات التجارية وبالذات المسجلة (بمعنى المقدم بها طلب لتسجيلها لدى مسجل العلامات التجارية والحاصلة بعد الفحص على شهادة تسجل رسمية صادرة عن الجهة الحكومية المخولة قانوناً بمنح هذه الشهادة) من قبيل المحررات هو السبب ـ باعتقادي ـ الذي دفع المشرع إلى اعتبار ان تغيير حقيقة هذه العلامة تعتبر من قبيل جرائم التزوير وبالتالي نراه ينص في المادة 38 من قانون العلامات التجارية على معاقبة كل من زور علامة تجارية مسجلة بالحبس والغرامة.... .

وطالما خلصنا إلى صحة اعتبار العلامات التجارية من قبيل المحررات مثلها في ذلك مثل السندات الرسمية و السندات العرفية والأوراق غير الموقعة، وطالما أننا خلصنا

أيضاً إلى إمكانية اعتبار المحررات المخرجة من أجهزة الحاسوب بمثابة محررات أوجدتها الثورة المعلوماتية وبالتالي سميت هذه المحررات بالمحررات المعلوماتية، فإن هذا وذاك يقودان إلى الإقرار بإمكانية إعتبار العلامة المعالجة آلياً أو إلكترونياً والمخزنة داخل جهاز الحاسوب أو المخرجة منه بمثابة محررات معلوماتية أيضاً وتأخذ نفس حكمها وحجيتها، حيث لا فرق - كما سبق لنا بيانه - بين المحرر أو السند الرسمي وبين العلامة التجارية المسجلة رسمياً فيما يتعلق بتغيير الحقيقة فيهما، كما لا يوجد فرق بين تغيير حقيقة سند عرفي واستعماله وبين تزوير أو تغيير حقيقة علامة تجارية مسجلة فيما يتعلق بقيام جريمة التزوير في كليهما.

وبالتالي نقرر بأن العلامة التجارية المخزنة داخل الحاسوب أو المعالجة آلياً أو إلكترونياً أو المخرجة منه سواء عن طريق الطبع او النسخ او التخزين على قرص صلب أو إية دعامة آلية أو إلكترونية حديثة، تعتبر من قبيل المحررات المعلوماتية وبالتالي نراها تصلح لأن تكون عرضة لقيام جريمة التزوير المعلوماتي مثلها في ذلك مثل بقية المحررات المعلوماتية الأخرى.

مصدر المحرر:

من شروط المحرر الصالح لن يكون محلاً لجريمة التزوير أن يكون يظهر فيه مصدره وشخصية من قام باعداده الذي قد يكون من سطر هذا المحرر بيده وقد يكون اي شخص آخر كمن قام بطبعه.

فمصدر المحرر بمعناه الشامل الذي يتضمن العلامات التجارية، إذن هو من قام بالتعبير عن مضمونه واتجهت إرادته إلى الاتباط به، وتفريعاً على ذلك يكون مصدر العلامة التجارية هو مالكها والمسجلة بأسمه والمستخدمة من قبله والذي أوعز لمنظم الموقع الافتراضي الخاص به بمعالجة علامته التجارية إلكترونياً ووضعها على موقع اعماله على شبكة الانترنت.

وتحديد مصدر المحرر مهم جداً متى علمنا بانه إذا تعذر تحديد مصدر المحرر تعذر بالتالي قيام جريمة التزوير لأن الكتابة بلا مصدر خاص بها أو شخصية ظاهرة لمن قام بها لا تؤدي إلى تكوين محرر بالمعنى المقصود به في إطار جرائم التزوير ولهذا يقرر البعض[1] أنه إذا استحال تحديد مصدر المحرر او تعذر انتفت عن الكتابة فكرة المحرر الذي يصلح محلاً لجريمة التزوير.

وتاسيساً على ما تقدم لا يمكننا اعتبار المحرر الذي يكتب على سبيل التمثيل او المزاح بمثابة محرر وبالتالي لا تقوم في مثل هذه المحررات جريمة التزوير، وبنفس المعنى لو تم وضع علامة تجارية على الموقع الافتراضي لشركة معينة على شبكة الانترنت على سبيل التمثيل دون أن يكون في هذا الأمر تحديد لمالك هذه العلامة أو بيان مصدرها، ثم تم بعد ذلك تزوير هذه العلامة واستعمالها من قبل شخص آخر، فان مثل هذا الشخص لا يمكننا مقاضاته على أساس جريمة التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية، لأن العلامة محل هذه الجريمة لا مالك أو صاحب لها وبالتالي لا تصلح لأن تكون محلاً لجريمة التزوير المعلوماتي.

وعلى الرغم من أهمية اشتراط إظهار مالك المحرر او صاحبه حتى يعتبر هذا المحرر صالحاً لأن يكون محلاً لجريمة التزوير، إلا أن هذا الأمر لا يعني إطلاقاً أن يكون المحرر مذيلاً دائماً بتوقيع أو ختم هذا المالك، حيث يكفي في هذا الصدد مجرد إمكانية الاستدلال على شخصية هذا المالك من واقع الحال او من خلال بيانات أو سجلات تجارية معينة أو غيرها من المستندات الدالة دلالة قاطعة على نسبة المحرر لشخص بعينه.

ويعبر القضاء الأردني عن وجوب ان يكون للمحرر مصدر يقوم بتحريره وإخراجه باشتراط ان يكون هذا المحرر قابلاً للاحتجاج به قضائياً ، ولهذا نرى أن هذا

(1) د. محمد زكي ابو عامر، المرجع السابق، ص 96.

القضاء تواتر على تعريف التزوير بانه تغيير للحقيقة أو الوقائع والبيانات في محرر أو صك يحتج بهما[1] بمعنى ان يكون هذا المحرر او ذلك الصك مؤهلاً للاحتجاج به أمام القضاء وهذا لا يكون إلا إذا كان لهذا المحرر مصدر ومحرر قام بإنشائه لتحريف او تغيير حقيقة معينة ومن ثم الاحتجاج به أمام المراجع المختصة.

مضمون المحرر:

من شروط صحة اعتبار المحرر كمحل لجريمة التزوير، أن يكون له مضمون بمعنى أن يتضمن سرداً لواقعة او تعبيراً عن إرادة أو رغبة أو ان يتضمن بعبارة اخرى تعبيراً متكاملاً عن مجموعة المعاني والأفكار المترابطة فيما بينها[2].

وتاسيسياً لما تقدم نقرر أن العلامة التجارية المتكونة من مجموعة من الأفكار المترابطة او من مجموعة من الألوان المتناسقة فيما بينها وكذلك المتكونة من أرقام او حروف أو كلمات أو عبارات مترابطة تعطي معنى مفهوم للناس تعتبر بلا شك ـ كما رأينا سابقاً ـ محرر بكل معنى الكلمة وبالتالي فان تغيير الحقيقة في هذه المعاني والأفكار أو الألوان او الكلمات أو الحروف أو الأرقام يؤدي دون ادنى شك إلى قيام جريمة التزوير سواء بصورته التقليدية إذا كانت هذه العلامة بصورتها التقليدية، أو بصورته المعلوماتية إذا كانت هذه العلامة معالجة عن طريق الحاسوب وموضوعة أو

(1) قرار تمييز جزاء رقم 1999/339 فصل 1999/8/31 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 2000 عدد 1 ص 1172 وكذلك قرار تمييز جزاء رقم 1999/157 فصل 1999/4/29 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1999 عدد 12 ص 4125 الفقرة الأولى والذي جاء فيها "1- يشترط لقيام جرم التزوير ان يقع التزوير بصك أو مخطوط يصلح للاحتجاج به ويكون له قوة في الإثبات ولما كان المستفاد من المادة التاسعة من قانون البينات ان صورة السند الرسمي ليس لها قوة في الإثبات إلا إذا كانت مقدمة من موظف عام، وألا فان إبراز صورة السند الرسمي والتثبت من وقوع التزوير بواسطته لا يكفى للقول بقيام الجرم لان الصورة لا تكفي للاحتجاج بها أمام القضاء ويكون الفعل غير مستوجب العقاب.

(2) د. محمد زكي أبو عامر، المرجع السابق، ص 97.

مخزنة أو مسجلة على موقع افتراضي من المواقع الخاصة بالاشخاص والشركات التجارية المنتشرة عبر صفحات الانترنت.

وبمفهوم المخالفة لو أن المحرر سواء كان مستند كتابي عادي او علامة تجارية جاء خالياً من اي مضمون ولا يعطي للناس أية فكرة أو معنى ولا يستفاد منه لدلالة على مفهوم أو معنى معين، لا يكون صالحاً لوقوع جريمة التزوير عليه، وبالتالي نقرر مع البعض[1] أن العلامات التي لا تحمل معنى مترابطاً لا تصلح ان تكون محلاً لجريمة التزوير، كما ينتفي التزوير أيضاً إذا وضع تاجر على بضاعته علامة تفيد بانها مباعة او غير معروضة للبيع على خلاف الواقع لأن مثل هذا العلامة لا تتضمن تعبيراً عن فكرة وإنما هي مجرد دلالة إصطلاحية على أمر معين.

ونعتقد بان حكم الفقرة السابقة يطبق أيضاً بالنسبة للتاجر الذي يضع على بضاعته علامة من العلامات الممنوعة أو غير الجائز استعمالها كوضع كلمة "امتياز" أو "علامة فارقة" او لفظ "ملكي" أو "ملوكي" أو وضع علامة "الهلال الأحمر" أو "الصليب الأحمر"، كون أن جميع هذه العلامات هي من العلامات التي يجوز استعمالها وبالتالي لا تصلح مثل هذه العلامات لأن تعبر عن معنى معين أو فكرة معينة، وبالتالي أيضاً لا تعتبر بمثابة محرر صالح لقيام جريمة التزوير بحقه.

وحتى يقع التزوير على المحرر لا بد من ان يكون فعل تغيير الحقيقة قد ورد على مضمون المحرر وفقاً للمعنى المتقدم لهذا المضمون، بمعنى أن يكون التزوير وارداً على المعنى أو الفكرة التي يتكون منها المحرر، أو أن يكون وراداً على جزءاً رئيسياً من أجزائه، فمن يقوم بنزع العلامة التجارية المخزنة على الحاسوب ووضعها دون وجه حق على منتجات مخالفة لمنتجاتها الاصلية يكون مرتكباً لجريمة التزوير المعلوماتي كونه قد أورد فعل تغيير الحقيقة على المعنى المستفاد من مضمون المحرر المعلوماتي المتضمن

(1) د. محمد زكي أبو عامر، المرجع السابق، ص 97.

لهذه العلامة، اما إذا اقتصر ورود فعل تغيير الحقيقة على إحدى الأمور الموجودة في متن المحرر ولكنها لا تعتبر من مضمونه ولا تعبر عن مصدره وليست جزءاً من كتابته، عندئذ لا نكون أمام جريمة تزوير لأن تغيير الحقيقة لم ينصب على الفكرة المترابطة التي يعبر عنها المحرر، ومثال ذلك التزوير الذي يرد على الصورة الشمسية الوادرة في متن شهادة عليمة أو هوية أحوال مدنية أو بطاقة عضوية، فالصورة الشمسية أو الفوتوغرافية ليست في ذاتها محرراً وان أتصلت به وعلى ذلك فان نزعها واستبدالها باخرى لا يقوم به التزوير لأن الصورة في ذاتها ليس محرراً لإفتقادها إلى الدلالة التعبيرية التي تمثل مضمون المحرر[1]، وبالتالي " لا يصح أن يقاس التغيير الذي يحصل بوضع صورة شمسية مكان أخرى بالتغيير الذي يحصل في علامة واردة بالمحرر أو في رقم أو ترقيم فيه، إذ ان العلامة ليست إلا جزء من أجزاء المحرر فالتغيير فيها هو تغيير في ذات المحرر ومضمونه، أما الصورة فلا يمكن اعتبارها جزءاً من المحرر لأنها ليست من الكتابة المعروفة وبالتالي لا يمكن إدخالها تحت نصوص التزوير"[2].

وعلى ضوء ما تقدم نقرر أن الفقه القانوني مجمع على أنه إذا توفر في المحرر مضمون معين ينطوي على مجموعة من الأفكار أو المعاني أو الكلمات أو الأرقام أو الآلوان أو العبارات المترابطة والمتناسقة فيما بينها، كنا امام محرر صالح لقيام جريمة التزوير بحقه بصرف النظر عن شكل هذا المحرر حيث يستوي أن يتخذ هذا المحرر شكل العقد أو المخالصة أو السجل التجاري او السندات الرسمية أو العادية أو الأوراق الموقع عليها أو العلامات التجارية أو غير ذلك من الأشكال والصور التي قد يظهر فيها هذا المحرر.

(1) د.محمد زكي أبو عامر، المرجع السابق، ص 98.

(2) هذا ما قضت به محكمة النقض المصرية في حكم حديث لها، انظر هذا الحكم منشور لدى د. محمد زكي أبو عامر، المرجع السابق، ص 98 وما بعدها.

المبحث الثاني
فعل تغيير الحقيقة وعلاقته بالتزوير المعلوماتي للعلامات التجارية

تغيير الحقيقة هو النشاط الاجرامي في إطار جرائم التزوير بشكل عام، وهو في إطار العلامة التجارية يشكل الركن الأساسي في قيام جريمة تزوير العلامة التجارية، حيث لا تقوم هذه الجريمة أصلاً إلا إذا حدث تغيير للحقيقة في جوهر العلامة التجارية وعناصرها الرئيسية بحيث يتم إما ابدال هذا الجوهر أو تغييره.

وعلى هذا الأساس يمكننا تعريف تغيير الحقيقة بالنسبة للعلامة التجارية بانها إبدال او استبدال لهذه العلامة بما يغايرها، وبالتالي فإن مجرد الزيادة او الحدف من عناصر هذه العلامة دون أن يؤدي هذه الزيادة أو ذلك الحذف إلى ابدال أو استبدال لهذه العلامة لا يعتبر تزويراً لها، فتغيير الحقيقة يكون " إذا ترتب عليه خلق حقيقة جديدة أو تضخيم الحقيقة التي كانت موجودة او تحريفها او تخفيضها أو تدقيقها على نحو تصبح به أكثر حسماً عند الاحتجاج بها أو إسنادها إلى غير مصدرها"[1].

وعليه نقرر أن القانون وفي معرض تجريمه لتزوير العلامة التجارية إنما يقوم بحماية حقيقة هذه العلامة من أي تشويه أو تغيير أو استبدال، ولكن ما هي حقيقة هذه العلامة محل الحماية القانونية هل هي الحقيقة المطابقة للواقع أو المعبرة عن صحة مضمونها الثابت بها وعن صحة مصدرها وفقاً لما تقدم، أم هي الحقيقة القانونية كما هي ثابتة في شهادة تسجيل هذه العلامة؟؟!

الواقع أن الاجابة على التساؤل السابق يرتبط وجوداً وعدماً مع الغاية من تجريم فعل تغيير الحقيقة والتي وجدناها تتمثل في حماية الثقة العامة وعدم المساس بها،

(1) د. محمد زكي ابو عامر، المرجع السابق، ص 100.

وبالتالي نجد ان المشرع الأردني كغيره من المشرعين الآخرين[1] يشترط لمد العلامة التجارية بالحماية الجزائية ضرورة ووجوب ان تكون هذه العلامة مسجلة داخل بلد الحماية، وعلى ذلك تنص المادة 38 من قانون العلامات التجارية الأردني، وكذلك المادة 3 من قانون علامات البضائع بحيث لا تقع جريمة التزوير على العلامة التجارية إلا إذا كانت مسجلة تسجيلاً أصولياً ورسمياً بمعنى أن تكون هذه العلامة حاصلة على شهادة رسمية من المرجع المختص تتضمن تسجيلها تحت رقم معين بعد أن يكون مالكها أو من يفوضه بذلك خطياً قد تقدم بطلب لتسجيل العلامة وفقاً لأحكام القانون.

وعلى هذا النحو نقرر أنه لو وقع فعل تغيير الحقيقة (التزوير) قبل تسجيل العلامة او بعد انتهاء مدة الحماية القانونية الممنوحة للعلامة بموجب شهادة التسجيل - وهي عشر سنوات تبدأ من تاريخ تسجيلها - وعدم القيام بتجديد هذه العلامة، فانه وفقاً لما تقدم لا نكون أمام جريمة تزوير لأن فعل تغيير الحقيقة ورد على حقيقة علامة غير مسجلة أو بمعنى أوسع غير محمية قانوناً[2].

ولم يشترط القانون الأردني ولا غيره من القوانين الخاصة بالعلامات التجارية قدراً معيناً من فعل تغيير الحقيقة إذ يكفي أي قدر معقول من هذا الفعل ولا يشترط ان يكون على جسامة معينة بل يكفي أن يترتب على هذا الفعل حتى ولو قل تغييراً وإبدالاً او استبدالاً لحقيقة العلامة التجارية، شريطة أن يكون هذا الفعل قل أو كثر بسيطاً

---

(1) انظر المادة 1/92 من القانون الكويتي رقم 68 لسنة 1980 و المادة 1/33 من القانون المصري رقم 57 لسنة 1939 المعدل بصدور قانون الملكية الفكرية المصري حديثاً والذي لم يغيير هذا السلوك، و المادة 1/34 من القانون القطري رقم 3 لسنة 1978 والمادة 37 من القانون الإماراتي رقم 37 لسنة 1992 و المادة 1/49 من نظام العلامات السعودي لسنة 1984 و 1/31 من المرسوم السلطاني العماني رقم 68 لسنة 1987 و المادة 1/31 من القانون البحريني رقم 10 لسنة 1991.

(2) انظر بخلاف هذا الموقف سلوك المشرع الهندي الذي يكتفي في المادة 1/78 من قانون العلامات التجارية الهندي لسنة 1958 بإثبات وجود علامة تجارية أصلية مملوكة لشخص آخر دون ان يشترط وجوب أن تكون هذه العلامة مسجلة رسمياً.

كان أو جسيماً قد تم خلافاً لإرادة مالك او صاحب العلامة التجارية وخلافاً لأحكام القواعد والاجراءات الخاصة بتسجيل العلامات التجارية[1].

وعلى ضوء ما تقدم نقرر أن فعل تغيير الحقيقة هو النشاط الاجرامي لجريمة التزوير وهو الأساس التي تقوم عليه، بحيث إذا توفر هذا الركن قامت الجريمة وإلا فلا تقوم وإن كان ذلك لا يمنع من قيام أي جريمة أخرى متى توفرت شرائطها القانونية، ومن هنا يرى البعض[2]، أنه لو قام أحد الأفراد بإثبات بيانات مطابقة للحقيقة، فلا تقوم جريمة التزوير حتى ولو كان هذا الشخص يعتقد بعدم صحة هذه البيانات وحتى ولو ترتب على فعله هذا ضرر في حق الغير.

وتأكيداً لما تقدم وجدنا أن المشرع الأردني ينظم أحكام جريمة التزوير تحت باب الجرائم المخلة بالثقة العامة ولهذا أيضاً يرى بعض فقهاء القانون الجنائي ان التزوير ما هو إلا " إظهار الكذب في محرر بمظهر الحقيقة وذلك غشاً لعقيدة الغير"[3]، ولهذا

---

(1) ولقد تواتر العمل القضائي الأدرني على تأكيد هذا المعنى انظر في هذا الصدد قرار تمييز جزاء رقم 1998/840 فصل 1999/2/20 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1999 عدد 9 ص 3227 فقرة 2 والتي جاء فيها " 2- لا يشترط في التزوير ان يكون متقنا أو أن يتم بمهارة ودقة بل يكفى في ذلك أن يكون المستند المزور ذا مظهر يمكن أن ينخدع به الناس، كما لا يشترط ان يترتب عليه ضرر مادي ويكفى أن يكون من شانه الأضرار بالمصالح الأدبية والاجتماعية" وكذلك قرار تمييز جزاء 1986/212 فصل1987/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1989 عدد 3 ص 758 فقرة 2 والذي جاء فيها " 2- من المتفق عليه فقها وقضاء ان القانون لا يشترط للعقاب على التزوير ان يكون متقنا او غير ظاهر. كذلك لا اثر لوضوح التحريف على تحقق جريمة الا اذا ادى هذا الوضوح الى انتفاء الضرر او انتفاء نية التزوير كان يكون القصد من التحريف اتلاف المستند او تشويهه منعا لاستعماله في معرض البينة. فتصبح الجريمة جنحة في حدود المادة (222) من قانون العقوبات "وكذلك قرار تمييز جزاء رقم 1980/119 فصل 1980/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1980 عدد11 ص 1572 والذي جاء فيه " لا يشترط في التزوير ان يكون متقنا او محكما او ان يتم بمهارة وحذق بل يكفي أن يكون في الامر تشابه يدخل به الغش على الناس وينخدع به الجمهور ".

(2) انظر د.فوزية عبد الستار، المرجع السابق، ص 244 وكذلك انظر د. عبد الفتاح بيومي، المرجع السابق، ص137.

(3) استاذنا الفقية رمسيس بهنام، الجرائم المضرة بالمصلحة العامة، منشاة المعارف بالاسكندرية، سنة 1986، ص 162.

أيضاً نتفق مع البعض بان تغيير الحقيقة أو الكذب في المحرر المؤدي إلى جريمة التزوير هو الكذب المكتوب وليس الكذب الشفوي غير المدون[1].

وجريمة تزوير العلامة التجارية كما سبق تفترض في القانون الأردني وغيره من القوانين أن تكون هناك علامة تجارية مسجلة في الأردن (بلد الحماية) تستخدم لتمييز إحدى المنتجات أو السلع أو البضائع أو الخدمات، ومن ثم تتعرض هذه العلامة إلى اعتداء من قبل الغير يتمثل بقيامه بتزويرها أو تقليدها.

ولقد تناولت المادة 38 من قانون العلامات التجارية الأردني[2] هذه الجريمة فنصت على "يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر ولا تتجاوز سنة واحدة أو بغرامة لا تقل عن مائة دينار ولا تتجاوز ثلاثة آلاف دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين كل من أرتكب بقصد الغش فعلاً من الأفعال التالية: أ- زور علامة تجارية مسجلة وفقاً لأحكام هذا القانون، أو قلدها بطريقة تؤدي إلى تضليل الجمهور.."

وحيث أن قانون العلامات التجارية الأردني قد سكت عن توضيح مفهوم التزوير فإننا نفهم من ذلك بأنه قد أحال هذه المسألة برمتها إلى قانون العقوبات الأردني الذي ـ كما قلنا نظم جريمة التزوير وبين وسائلها في المواد 260 إلى 268 ـ وبالتالي نجد انفسنا مضطرون لتولية وجوهنا شطر قانون العقوبات ومواد التجريم الخاصة بواقعة التزوير لبيان فيما إذا كانت جريمة تزوير العلامة التجارية تنطبق عليها هذه المواد من عدمه.

والواقع أن المشرع الجزائي الأردني وفي جريمة التزوير نراه لم يتوسع كثيراً في مفهوم واقعة التزوير حيث لم يتضمن في نصوصه بنداً خاصاً يشير أو يجرم صراحة

---

(1) انظر بهذا المعنى د. عبد الفتاح بيومي، المرجع السابق، ص 137.

(2) تقابل هذه المادة كل من المواد 37 من قانون العلامات التجارية الإماراتي والمادة 1/92 من قانون التجارة الكويتي و1/34 من القانون القطري رقم 1978/3 في شأن العلامات والبيانات التجارية والمادة 1/49 من نظام العلامات التجارية السعودي.

التزوير الواقع على العلامات التجارية، وذلك خلافاً لموقف بعض المشرعين العرب كالمشرع الإماراتي الذي أحسن صنعاً ـ باعتقادنا ـ حيث نراه قد توسع كثيراً في مفهومه لطرق ارتكاب جريمة التزوير بحيث جعل هذه الطرق تشمل تغيير الحقيقة الوارد على العلامات التجارية، حيث نصت المادة 16 من قانون العقوبات الإماراتي رقم 3 لسنة 1987 على اعتبار ان من طرق التزوير إدخال تغيير على المحرر بذاته بالإضافة أو الحذف أو التغيير في كتابة المحرر أو الأرقام أو العلامات أو الصور الموجودة فيه[1].

وكنا نتمنى لو أن المشرع الأردني أتخذ موقفاً مماثلاً لموقف المشرع الإماراتي الذي أراح نفسه وأراح غيره من رجال القانون والقضاء، فلم تعد مسألة انطباق مواد التجريم الخاصة بواقعة التزوير على تزوير العلامات التجارية تثير لغطاً أو نقاشاً أو اختلافاً، فالنص واضح الدلالة على انطباقه على تزوير العلامات التجارية بينما الوضع عندنا في الأردن مختلف نوعاً ما.

فنص المادة 262 لم يتضمن بنداً يتضمن ذلك التزوير الواقع على العلامات التجارية الأمر الذي يجعلنا نتجه صوب المادة 38 من قانون العلامات التجارية على اعتبار أنه النص الخاص ولا يجعلنا بالوقت ذاته نفكر بالمادة 260 من قانون العقوبات والذي يمثل النص العام صاحب الولاية العامة لمختلف المسائل الجزائية والعقابية المتعلقة بجريمة التزوير ، ولا غضاضة في ذلك على الرغم من أننا كنا نفضل لو كان هناك نص عام يُعطف عليه النص الخاص وفقاً لما هو متبع في معظم التشريعات الجزائية حيث يجري العمل في دولة الإمارات مثلاً على ان يتم عطف المادة 37 من قانون العلامات التجارية على المادة 16 من قانون العقوبات الاتحادي عند النظر في جريمة تزوير علامة تجارية .

---

(1) ويتفق مع المشرع الإماراتي هذا مع موقف اتفاقية التجارة والتعرفة الجمركية الموقعة في مراكش في 1994/4/15.

على العموم نقرر أن المقصود بتغيير الحقيقة الوارد على العلامة التجارية كركن أساسي لا بد منه لقيام جريمة تزوير العلامة التجارية يتمثل في نقل أو أخذ أو انتزاع كامل العلامة التجارية المسجلة في الأردن تسجيلاً صحيحاً وقانونياً أو نقل أو أخذ أو انتزاع عناصر العلامة المسجلة الرئيسية ووضعها دون وجه حق على بضائع او سلع أو منتجات أخرى، الأمر الذي قد يوحي دون حق بأن العلامة المزورة تطابق العلامة الأصلية أو أن المنتجات أو السلع أو البضائع التي تم وضع العلامة المسجلة عليها عنوة ودون وجه حق هي نفسها المنتجات والسلع والبضائع التي تحمل من قبل العلامة الأصلية المعتدى عليها[1].

وبناء على ما تقدم نقرر أن المشرع الجزائي الأردني اعتبر العلامات التجارية محلاً لجرائم التزوير فنص صراحة على إمكانية وقوع جرم التزوير على الرغم من أن المادة 262 عقوبات تعالج تغيير الحقيقة الوارد على المحررات فهل معنى ذلك أن المشرع الأردني يقر بإمكانية اعتبار العلامة التجارية بمثابة محرر وبالتالي تعتبر محلاً لجريمة التزوير؟؟!!

الواقع أنه قد سبق لنا توضيح هذا الأمر عندما سألنا أنفسنا هل العلامة التجارية محرر ام لا ، ورأينا ان العلامة التجارية بمفهومها العام والشامل من الممكن أعتبارها بمثابة محرر وفقاً للمعنى الحديث لهذا المحرر ولهذا نرى ان المشرع الأردني عندما قام

(1) انظر لتاكيد هذا المعنى قرار تمييز جزاء رقم 1996/415 فصل 1996/7/10 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1997 عدد 1 ص 3888 والذي جاء فيه " ان مجرد تغيير الحقيقة في الاوراق الرسمية يشكل جرم التزوير بصرف النظر عن الباعث على ارتكاب الجرم وبدون ان يتحقق ضرر خاص يلحق شخصا بعينه من وقوع الجرم، لان هذا التغيير ينتج عنه حتما حصول ضرر بالمصلحة العامة، اذ يترتب على العبث بالاوراق الرسمية النقص من قيمتها اضافة الى ان الارقام والتواريخ والعلامات في الاوراق الرسمية تعتبر جزءا من اجزاء هذه الاوراق ويعتبر التغيير بها تغييرا للحقيقة ولم يميز المشرع بين طرق تغيير الحقيقة في هذه الاوراق بل سوى بينها جميعا في الحكم، وعليه فيكون تغيير التواريخ الواردة على رخصة اقتناء السيارة المنتهية المفعول بحيث تصبح سارية المفعول في تاريخها يشكل التزوير في اوراق رسمية واستعمالها خلافا للمواد (260 و 261 و 265) من قانون العقوبات.

بتجريم الاعتداء على العلامة التجارية استخدم كلمة زور وكان بإمكانه استخدام كلمة اخرى لو كان لا يريد اعتبار أن تغييرحقيقة العلامة التجارية يتطابق مع تغير حقيقة أي محرر رسمي أو عرفي أو دفاتر تجار غير موقعة.

وتأكيداً لما تقدم دعونا نستعرض مرة أخرى الشروط الواجب توفرها في المحرر الصالح لأن يكون محلاً لجريمة التزوير لنرى مدى إمكانية إنطباق هذه الشروط على العلامة التجارية سواء بصورتها التقليدية او المعلوماتية.

وفي معرض بيان الشروط الواجب توفرها في المحرر الصالح لأن يكون محلاً لجريمة التزوير نرى أن هذه الشروط هي :

1- يشترط في المحرر محل جريمة التزوير أن يكون مكتوباً[1] بأن لا يكون شفوياً ويستوي بعد ذلك شكل أو نوع أو طريقة أو لغة هذه الكتابة، كما يستوي أيضاً الدعامة التي تم تدوين المحرر عليها حيث قد تكون من الورق أوالقماش أو من الخشب أو الجلد أو أي دعامة اخرى صالحة لأن تعطي الفكرة المقصودة من هذا المحرر لمن يطلع عليها، وفي هذا الصدد وجدنا أن العلامة التجارية تشمل كل ما يأخذ شكلاً مميزاً من اسماء أو كلمات او إمضاءات أو حروف أو أرقام أو رسوم أو رموز أو عناوين او دمغات أو اختام او صور أو نقوش او إعلانات، وبالتالي فإن مفهوم العلامة التجارية يشمل كل شكل أو كتابة تتضمن معنى معين وتدل على شيء معين وهذا الشيء إما ان يكون منتج او سلعة أو خدمة.

---

(1) انظر بهذا المعنى أستاذنا الدكتور جلال ثروت، نظرية القسم الخاص ـ الجزء الثاني ـ جرائم الاعتداء على الأموال ـ جرائم الاعتداء على المصلحة العامة ـ جرائم الاعتداء على الشرف، مكتبة مكاوي، لبنان 1979 ص 65، "حيث يرى سيادته أن من مفومات المحرر ان يكون مكتوباً فكل محرر لا يظهر في شكل كتابة لا يعتد به في مجال التزوير، على أن الكتابة لا يجب أن تحمل على معناها الضيق أي على معنى الحروف التي تتكون منها اللغة بل يجب أن تحمل على معناها الواسع فيقصد بها كل العلامات التي تعبر عن معنى من المعاني".

كما وجدنا أيضاً وفي إطار معالجتنا لمفهوم المحررات بان المحرر هو كل كتابة تتضمن معنى معين وتدل على شيء معين وهذا الشيء أما أن يكون توثيق لواقعة قانونية معينة او تدوين لواقعة مادية معينة وبصرف النظر عن نوع الكتابة او الدعامة التي توجد عليها هذه الكتابة فالمهم إذن ان يتضمن هذا المحرر معنى معين يدل على شيء معين.

وعليه نجد أن هناك تقارباً كبيراً بين كل من العلامة التجارية كشكل يتضمن معنى معين يدل على بضاعة او سلعة لشخص ما وبين المحرر كوسيلة تتضمن معنى معين يدل على شيء معين.

وبالتالي يمكننا القول بان العلامة التجارية متى تم طبعها أو حفرها أو رسمها أو نقشها على دعامة معينة بصرف النظر عن نوع هذه الدعامة تعتبر من قبيل المحررات طالما انها كانت تتضمن معنى معين يدل على شيء معين بالذات، خصوصاً وانه لا يوجد قانوناً ما يقتصر مفهوم المحررات على الكتابة بمعناها التقليدي، فاللوحة الفنية التي يرسمها الفنان ويلونها بألوان معينة ويمهرها بتوقيعه تعتبر من قبيل المحررات وبالتالي إذا قام غيره بتقليدها أو تغيير حقيقتها يعتبر مرتكباً جريمة التزوير.

وعلى ضوء ما تقدم نقرر أن مفهوم المحررات يشمل أية كتابة أو رسم أو تنظيم معين للخطوط والحروف او الالوان يشير ويقرر معنى معين ويربط هذا المعنى بشخص معين بالذات ويرتبط به وينتسب إليه دون غيره، وهو ما يصدق بالنسبة للعلامة التجارية التي هي عبارة عن أي شكل مميز يتكون من أسماء أو كلمات أو إمضاءات أو حروف أو أرقام أو رسوم أو رموز... ترتبط بشخص معين بالذات وتنتسب إليه دون غيره..

2- أن ينسب المحرر إلى شخص بعينه بطريقة نافية للجهالة[1] على اعتبار أن هذا المحرر يشتمل على أفكار ومعاني لا بد من ارتباطها بشخص بعينه هو صاحب او مالك هذا المحرر دون غيره من الأفراد، وفي هذا الصدد وجدنا أن العلامة التجارية هي عبارة عن أي شكل مميز يتكون من أسماء أو كلمات أو إمضاءات أو حروف أو أرقام أو رسوم أو رموز... ترتبط بشخص معين بالذات وتنتسب إليه دون غيره، بحيث تصبح وسيلة ومن وسائل ارتباط منتجات أو سلع أو خدمات معينة بشخص مالكها دون غيره وهو ما يجعلها أيضاً علامة فارقة لهذه المنتجات وتلك السلع والخدمات.

3- أن يكون المحرر قادراً وصالحاً لإحداث الآثار القانونية لأن الحماية الجزائية لهذا المحرر لا تنصب عليه بحد ذاته بل على المراكز القانونية الناشئة عنه، وبالتالي يجب أن يتضمن هذا المحرر تعبيراً حراً وصحيحاً عن الإرادة وقدرة كافية لإثبات الحقيقة، ولهذا إذا كان المحرر غير صالح لإنتاج آثاراً قانونية معينة أو إنشاء مراكز قانونية مختلفة لا يعتبر تغيير حقيقته بمثابة تزوير له، وفي هذا الصدد نجد أن العلامة التجارية تحقق هذا الشرط حيث من خلالها ومن خلال تسجيلها واقترانها باسم شخص معين بذاته دون غيره يكتسب هذا الأخير الحق في الاستئثار بها واستعمالها دون غيره على منتجاته وخدماته وبضائعه وكذلك يكون له الحق في الوقوف والتصدي لكل من تسول له نفسه التلاعب أو التعدي عليها وغيرها من الحقوق والمراكز القانونية التي تمنحها العلامة التجارية لمالكها دون غيره مثلها في ذلك مثل بقية المحررات التي تنشأ لأصحابها حقوقاً وآثار قانونية معينة[2].

---

(1) انظر بهذا المعنى استاذنا الدكتور جلال ثروت، المرجع السابق، ص 67 حيث يرى سيادته انه لا يكفي أن يصدر المحرر في شكل معين متضمناً سرداً لواقعة او تعبيراً عن إرادة بل يلزم أن يكون معروف المصدر بمعنى أن يكون منشئ المحررمعروفاً سواء اكان المنشئ فرداً أو جهة.

(2) تواتر العمل القضائي في الأردن على تأكيد هذا المعنى حيث أن ما جرى به القضاء يقرر أن من شروط المحرر محل جريمة التزوير ان يكون مؤهلاً للاحتجاج به انظر قرار تمييز جزاء 1999/157 فصل 1995/4/29 منشور في =

وبناءً على ما تقدم نقرر أن العلامة التجارية وفقاً لتعريفها الذي سبق لنا بيانه ووفقاً لتوفر كافة شروط وأركان المحرر الصالح لأن يكون محلاً لجريمة التزوير فيها تعتبر ـ بلا شك ـ صالحة لأن تعتبر من قبيل المحررات بالمعنى المقصود من ذلك في جريمة التزوير وذلك للاعتبارات التالية:

1- أن تعريف العلامة التجارية وفقاً للتشريعات العربية جاء بأسلوب موسع حيث لم يتم حصر دلالة العلامة التجارية في قالب خاص دون غيره، بل على العكس من ذلك حيث نجد أن العلامة التجارية تعرف في القانون الأردني للعلامات التجارية بانها " أي إشارة ظاهرة يستعملها او يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه او منتجاته او خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره". وهذا الأمر يجعل من السهل اعتبار العلامة التجارية محرر بالمعنى المقصود به لغايات قيام جريمة التزوير على اعتبار أن العلامة التجارية غالباً ما تكون مكتوبة أو محررة أو مطبوعة او منقوشة على دعامات ورقية او جلدية أو خشبية وغيرها...، كما انها في الغالب أيضاً تُنسب إلى مالك بعينه دون غيره من خلال حصول مالكها على شهادة رسمية تثبت ذلك، ومن ناحية أخيرة فإن العلامة التجارية قادرة ومؤهلة لإحداث العديد من الآثار القانونية المؤثرة في المراكز القانونية لكافة الأفراد.

2- أن المحرر محل جريمة التزوير لا يشترط فيه أن يكون مكتوباً باليد فقط، بل من الممكن أن يكون مطبوعاً ومع ذلك يكون محلاً لجريمة التزوير، كما من المتصور أن يكون مطبوعاً في جزء منه ومكتوباً في جزئه الآخر ومع ذلك يكون عرضة للتزوير أيضاً، وهذا ما يتصور حدوثه وقيامة بالنسبة

= مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1999 عدد 12 ص 4125 ولقد سبق لنا بيان ما جاء في هذا القرار في هامش سابق.

للعلامات التجارية، حيث غالباً ما تكون هذه العلامات مطبوعة أو مكتوبة أو محفورة أو منقوشة على إحدى الدعامات الصالحة لإبراز وإظهار هذه العلامة وتمييزها عن غيرها.

3- أن طريقة الكتابة أو نوع الحروف المستخدم أو اللغة التي استعملت في كتابة هذا المحرر لا تهم، بل الذي يهم أن يعبر هذا المحرر عن معنى معين يصح ان يكون عرضة للتغيير والتحريف، والذي يهم أيضاً أن يكون هذا المحرر قادراً وصالحاً لإبراز هوية مالكه بغض النظر عن أسلوب الكتابة أو نوعية الحروف المستخدمة أو اللغة المستعملة في هذه الكتابة.

واستناداً لكل ما تقدم وحيث أن الكتابة ما هي إلا ترتيب للحروف وتركيبها لأعطاء معنى معين أو فكرة معينة لمن يقرؤها، فإنه من المتصور عملاً وواقعاً أن العلامة التجارية أو اي رمز أو دلالة أو شعار حتى ولو لم يكن يتضمن معنى الكتابة التقليدية، يصح أن تكون محلاً للتزوير وتغيير حقيقتها وذلك لأن العلامة التجارية تتضمن معنى وفكرة معينة ذات دلالة معينة على الأقل لدى مالكها فهي بالتالي تعتبر بمثابة محرر مكتوب بطريقة معينة وتعطي معنى لمن يطلع عليها وبالتالي فإن التعدي عليها بتغيير حقيقتها و تزويرها وبالتالي تعريض مالكها لضرر محتمل يشكل بحد ذاته جرم الإخلال بالثقة العامة المعاقب عليها في حدود المادة 262 من قانون العقوبات.

هذا عن تغيير حقيقة العلامة التجارية بصورتها التقليدية، والسؤال الذي يثور الآن هل يمكن تصور وقوع تغيير حقيقة العلامة التجارية بالمعنى الموضح سابقاً من خلال استخدام الوسائل المعلوماتية، بمعنى آخر هل يمكن تصور وقوع التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية؟؟.

الواقع أن تغيير الحقيقة أو تزوير العلامة التجارية كما أنه يثبت بالطرق التقليدية فأنه أيضاً يثبت بالطرق المعلوماتية، فتغيير الحقيقة في كلا الحالتين واحد

والمختلف بينهما هو فقط وسيلة هذا التغيير، فاذا كان من خلال مسائل تقليدية كان التزوير هنا تقليدياً أما إذا استخدم لغايات القيام بتغيير حقيقة العلامة التجارية وسائل حديثة او معلوماتية أو كان محل هذا التزوير المعلوماتية بحد ذاتها اعتبر هذا التزوير هنا تزويراً معلوماتياً.

وتأكيداً لما تقدم نقرر أنه إذا كان من المسلم به ارتكاب التزوير او تغيير الحقيقة عن طريق استعمال التلفون ما دامت المحادثة التليفونية قد دونت في محرر بناء على تكليف من المزور بإثباتها[1]، فانه من باب أولى التسليم بإمكانية حصول التزوير المعلوماتي سواء وقع هذا التزوير على المعلوماتية بحد ذاتها أو وقع من خلال استخدام إحدى الوسائل المعلوماتية.

وبالتالي نعتقد جازمين انه ليس هناك ما يمنع من إرتكاب التزوير وتغيير الحقيقة من خلال استعمال وسائل الاتصالات ونقل المعلومات الحديثة وبالتالي نكون أمام تزوير أو تغيير حقيقة معلوماتي قد يكون محله إحدى معطيات الحاسوب كمخرجاته أو مضامينه أو برامجه وقد يكون محله نقل المعلومة نفسها شريطة أن يتم طبعها على دعامات مكتوبة أو مسجلة أو ومخزنة أو بمعنى أشمل أن تتمتع هذه المعلومة بعد تغيير حقيقتها معلوماتياً بكيان مادي مستقل يمكن إدراكه والأحساس به[2]، وبخلاف ذلك نقرر مع البعض بانه لو تم تغيير حقيقة المعلومة أو الفكرة المطبوعة والمحفوظة في ذاكرة الحاسوب، دون أن يتبع ذلك إخراج لهذه الفكرة أو المعلومة المخزنة عن طريق طباعتها على دعامات ورقية او غيرها أو تخزينها على قرص صلب أو تسجيلها على ذاكرة آلة تصوير رقمية، أو بمعنى آخر إذا لم يتبع تغيير الحقيقة هنا

(1) د. عبد الحميد الشواربي، التزوير والتزييف، منشاة المعارف بالاسكندرية، ص 34.

(2) د. عبد الفتاح بيومي، المرجع السابق، ص 139.

تمتع المعلومة المزورة بكيان مادي مستقل، نقرر أنه لا يمكن اعتبار ما حصل لهذه المعلومة بانه تزويراً.

وبناءاً على ما تقدم أصبح من المتصور ان تقع جريمة التزوير المعلوماتي من خلال تغيير حقيقة العلامة التجارية الثابتة على متن إحدى المواقع الافتراضية على شبكة الانترنت وذلك من خلال نقلها عن هذا الموقع ووضعها على موقع آخر دون وجه حق، أو من خلال إعادة نسخها أو تخزينها أو تصويرها واستعمالها دون وجه حق على غير المنتجات او السلع أو الخدمات التي سجلت عليها هذه العلامة من قبل، أو ـ أخيراً ـ من خلال تغيير حقيقتها بعد طبعها وإخراجها من الحاسوب والتلاعب بها بعد ذلك وهو ما يمثل جريمة معلوماتية واقعة على مخرجات الحاسوب.

وبالطبع فانه يشترط لصحة وقوع جريمة التزوير المعلوماتي على العلامة التجارية أن يحل هناك ضرر والمتمثل في المساس والتلاعب بأحد أهم حقوق الأفراد الفكرية وبنفس الوقت الإخلال بالثقة العامة الواجب توفرها في العلامات التجارية المسجلة رسمياً باسم مالكيها دون غيرهم.

أضف إلى ما تقدم، انه وكما سبق أن بينا انه يشترط لصحة قيام جريمة التزوير المعلوماتي الواقع على العلامة التجارية ان يتم استعمال هذه العلامة بالفعل سواء من خلال طبعها وإخراجها من الحاسوب كإحدى مخرجاته ومن ثم استعمالها دون وجه حق في التدليس والتحايل وخداع الأفراد، او من خلال نقلها آلياً أو الكترونياً من موقع إلى موقع آخر دون وجه حق.

ولقد أثارت مسألة القيام بتغيير حقيقة المحرر المعلوماتي ـ والذي يشمل العلامة التجارية المعالجة آلياً أو الكترونياً والمخزنة داخل الحاسوب ـ دون استعماله وإخراجه من الحاسوب إختلافاً فقهياً على اعتبار أن البعض يرى أن تغيير الحقيقة في هذا المحرر أو جريمة التزوير تقف عند حد الشروع فقط طالما أن تغيير الحقيقة لم يتبعه إخراج

للمحرر المعلوماتي محل الجريمة من الحاسوب[1]، بينما يرى البعض الآخر أن تغيير الحقيقة في المحرر المعلوماتي كافٍ لوحده لقيام جريمة التزوير بحق المزور سواء تبع ذلك إخراج لهذه المحرر من الحاسوب واستعماله استعمالاً لاحقاً بوجه غير مشروع أو بقي هذا المحرر موجوداً داخل جهاز الحاسوب ولم يتم استعماله خارجياً، لأن المستقر عليه قانوناً وفقهاً في العديد من الدول العربية كمصر والأردن أن تعريف الشروع في الجريمة هو البدء في تنفيذ الأفعال الظاهرة المؤدية إلى أرتكاب جناية أو جنحة[2]، وتطبيقاً لذلك لا يعتبر ما صدر عن المزور في حالة التزوير المعلوماتي بدءاً في تنفيذ جناية أو جنحة بل هو كما يراه البعض ـ بحق ـ مجرد عمل تحضيري[3].

وإذا كانت القوانين الجنائية تعتبر أن تغيير حقيقة العلامة التجارية بمثابة تزوير وفقاً لأحكام المواد المجرمة لأعمال التزوير والإخلال بالثقة العامة، فهل هذا التجريم يشمل التزوير المعلوماتي أم أنه قاصر على التزوير بصورته التقليدية؟؟!.

والواقع أن التشريعات العربية المجرمة لأعمال التزوير جاءت بأسلوب واسع بحيث يمكننا الجزم بأن أي تغيير للحقيقة يعتبر بنظر القانون الجنائي تزويراً بصرف النظر عن أسلوب أو طرق هذا التزوير وسواء تم بصورته التقليدية أو صورته المعلوماتية، ولهذا نرى أن معظم التشريعات العربية المنظمة لجرائم العلامات التجارية قد نصت صراحة على تغيير حقيقة العلامة التجارية يعتبر تزويراً ولهذا أيضاً نرى أن

---

(1) انظر هذا الاتجاه لدى د. عبد الفتاح بيومي، المرجع السابق، ص 140 حيث يرى أن هذا الأتجاه ظهر في فرنسا وكان يستند لتأكيد وجهت نظره على قانون العقوبات الفرنسي القديم قبل تعديله عام 1994 حيث كان هذا القانون يحدد على سبيل الحصر طرق معينة التزوير، قبل أن يتم تعديله على أساس أن جريمة التزوير في المجال المعلوماتي أصبحت من أخطر صور غش المعلوماتية نظراً للدور الهام والخطير الذي أصبح يقوم به الحاسوب والذي اقتحم كافة المجلات وأصبح يجري من خلاله كم هائل من العمليات ذات الآثار القانونية الهامة والخطيرة والتي لا يصدق عليها وصف ـ المكتوب أو الصك أو المستند ـ في القانونين المدني والجنائي الأمر الذي أثار الشك حول دلالتها في الإثبات وحول إمكانية وقوع جريمة التزوير العادية عليها ومثال ذلك عمليات الدفع ووطلبات البضائع وجميع عمليات البنوك والشركات والمؤسسات أياً كان حجمها.

(2) المادة 68 من قانون العقوبات الأردني.

(3) د. علي القهوجي، الحماية الجنائية للبيانات المعالجة الكترونياً، بحث مقدم لمؤتمر القانون والكمبيوتر والانترنت، ص 61.

نص المادة 38 من قانون العلامات التجارية الأردني مثلاً ينص على أن كل من " زور علامة تجارية..." بصرف النظر عن طرق هذا التزوير فإذا كان باستخدام وسائل تقليدية كان التزوير تقليدياً أما إذا كان باستخدام وسائل أو طرق معلوماتية أُعتبر التزوير هنا معلوماتياً.

وللحقيقة ومع اتساع نصوص المواد المنظمة لجريمة التزوير سواء المادة 262 عقوبات أردني أو المادة 38 من قانون العلامات التجارية، كنا نتمنى لو أن مشرعنا الأردني يحذو حذو المشرع الفرنسي[1] على سبيل المثال الذي لم يكتفي بالنصوص التقليدية لجرائم التزوير الخاصة بالمحررات الرسمية والمحررات العرفية، بل قام بالإحلال محلها نصوصاً تعالج مسألة التزوير أو الغش المعلوماتي وذلك لتحقيق أكثر من هدف في نفس الوقت.

فمن ناحية أولى، يستطيع المشرع الأردني بإجراء هذا التعديل استيعاب كافة صور وأشكال التزوير سواء التقليدية منها أو المعلوماتية، بحيث يصبح التزوير ممكناً الحدوث للوثائق والمستندات والمحررات الرسمية والعرفية والمعلوماتية، وذلك من خلال تجريم تغيير حقيقة أي مستند معالج آلياً أو الكترونياً سواء باعتباره إحدى مخرجات الحاسوب أو بإعتباره إحدى المحررات أو المصنفات أو الحقوق المعلوماتية المخزنة والمحفوظة داخل الحاسوب المستعملة أو التي يراد استعمالها على وجه غير مشروع الغاية منه غش الأفراد والتدليس عليهم.

ومن ناحية ثانية، يستطيع المشرع الأردني ضمان عدم التلاعب بأنظمة المعلومات المعالجة آلياً أو الكترونياً وبالتالي ضمان أعلى سقف ممكن لهذه المعلومات وهو أمر مطلوب ومنشود بحد ذاته، بحيث يعتبر التلاعب بهذه الأنظمة ـ التي تشمل المحررات والمستندات والوثائق ـ بمثابة جريمة تزوير معاقب عليها جزائياً وهو ما سيشكل رادعاً قوياً

(1) انظر موقف المشرع الفرنسي بهذا الخصوص لدى كل من د. أحمد حسام طه، الجرائم الناشئة عن استخدام الحاسب الآلي، الحماية الجنائية للحاسب الآلي، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة 2000ص 403 وما بعدها وكذلك د. عبد القادر القهوجي، المرجع السابق، ود. عبد الفتاح بيومي، المرجع السابق، ص 140 وما بعدها.

لكل من تسول له نفسه مجرد التلاعب بها وبالتالي نضمن لهذه الأنظمة حماية قانونية رديفة تساعد الحماية القانونية المقررة أصلاً لهذه المعلومات وتسد النقص الذي قد يعتورها.

ماهية التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية:

حيث أنتهينا إلى إمكانية حدوث التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية وفقاً لما تقدم، ينبغي علينا ان نتعرف على ماهية هذا التزوير، وبهذا الصدد نجد أن البعض يرى بأنه " تغيير الحقيقة في المستندات المعالجة آلياً والمستندات المعلوماتية وذلك بنية استعمالها"[1]، بينما يراه البعض الآخر بانه " تغيير الحقيقة بأي وسيلة كانت سواء كان ذلك في محرر أو دعامة أو سند له طالما أن هذه الدعامة ذات أثر في إنشاء حق أو لها شأن في إحداث نتائج معينة"[2].

واستناداً لما تقدم نقرر إمكانية وقوع جريمة التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية من خلال تغيير حقيقة هذه العلامة الثابتة والمخزنة على الأقراص الصلبة hard Desk أو على مخرجات الحاسوب شريطة أن يكون تغيير الحقيقة الواقع على هذه العلامة قد تم خلال وجودها داخل الحاسوب، بمعنى ان يتم تغيير الحقيقة لهذه العلامة خلال تخزينها أو تحميلها أو حفظها داخل جهاز الحاسوب وأن لا يكون تغيير الحقيقة لهذه العلامة قد تم بعد إخراجها أو طبعها من الحاسوب لأن تغيير الحقيقة في هذه الحالة لا يشكل جريمة التزوير المعلوماتي بل يشكل جريمة التزوير بمعناه التقليدي.

والتزوير المعلوماتي للعلامة التجارية على الرغم من حداثته واهمية التصدي له إلا أنه لا يشكل نوعاً جديداً من انواع جريمة تزوير العلامة التجارية المجرمة في نص المادة 38 من قانون العلامات التجارية والمادة 3 من قانون علامات البضائع ، فتزوير العلامة التجارية هو هو ولم يتغير بل الذي تغير هو اسلوب تغيير حقيقة هذه العلامة فقط،

(1) د. علي عبد القادر القهوجي، ، ص 63.

(2) د. أحمد حسام طه ، ، المرجع السابق، ص 407.

فبدلاً من الوسائل التقليدية لتغيير الحقيقة وجدت أساليب جديدة تم استغلال أخر ما وصلت إليه ثورة المعلوماتية ولهذا يسمى هذا التزوير بالتزوير المعلوماتي والذي نرى أن الدول بخصوصه على موقفين:

الموقف الأول: وهو موقف الدول الاوروبية وتتزعمها فرنسا والتي يفترض مشرعها أن تغيير الحقيقة يتم بأي وسيلة كانت حيث لم يسلك هذا المشرع وسيلة حصر الطرق التي تقع فيها جريمة التزوير(1) وهو ما يطبق أيضاً على تزوير العلامة التجارية الذي بنظر هذه الدول قد يتم بأي وسيلة كانت دون حصر.

الموقف الثاني: موقف الدول العربية ومثال عليها كل من القانون الأردني(2) والقانون المصري(3) والقانون الإماراتي(4) والتي يفترض مشرعها أن تغيير الحقيقة يتم

---

(1) د. عبد الفتاح بيومي، المرجع السابق، ص 143.

(2) انظر نص المادة 262 من قانون العقوبات الأردني الذي يوضح ويبن ويحدد طرق التزوير حيث ورد في هذا النص "يعاقب بالأشغال الشاقة المؤقتة خمس سنوات على الأقل الموظف الذي يرتكب تزويراً مادياً في أثناء قيامه بالوظيفة إما : باساءة استعمال امضاء أو ختم أو بصمة اصبع أو اجمالاً بتوقيعه امضاء مزورا وإما بصنع صك أو مخطوط وإما بما يرتكبه من حذف أو إضافة تغيير في مضمون صك أو مخطوط". وكذلك انظر نص المادة 263 التي تزيد على طرق التزوير كل من : قيام الموظف الذي ينظم سنداً من اختصاصه بالتشويش في موضوعه أو ظروفه إما باساءته استعملا امضاء على بياض أوتمن عليه، أو بتدوينه عقوداً او اقوالاً غير التي صدرت عن المتعاقدين أو التي أملوها، أو باثباته وقائع كاذبة على أنها صحيحة أو وقائع غير معترف بها على أنها معترف بها او بتحريفه أية واقعة أخرى باغفاله أمراً أو ايراده على وجه غي صحيح، و إدخاله قيد عن علم في سجل أو ضبط محفوظ لديه ويكون في عهدته الفعلية ويكون هذا القيد يتعلق بمسألة جوهرية مع علمه بعدم صحة هذا القيد.

(3) انظر نص المادة 211 من قانون العقوبات المصري التي تبين طرق التزوير المادي وهي ثلاثة : وضع امضاءات أو أختام مزورة، تغيير المحررات أو الأختام او الإمضاءات، ووضع أسماء اشخاص آخرين مزورة، وكذلك انظر المواد 206 و208 و217 و 221والتي تبين أخرى طرقتين للتزوير المادي وهما: التقليد والاصطناع، هذا عن طرق التزوير المادي أما طرق التزوير المعنوي فهما كل من : تغيير إقرار أولي الشان و جعل واقعة مزورة في صورة واقعة صحيحة.

(4) انظر نص المادة 211 من قانون العقوبات الإماراتي رقم 3 لسنة 1987 والتي تذكر من طرق التزوير: ادخال تغيير على محرر موجود سواء بالاضافة او الحذف او التغيير في كتابة المحرر او الارقام او العلامات او الصور الموجودة فيه، وضع امضاء او ختم مزور او تغيير امضاء او ختم او بصمة صحيحة و الحصول بطريق المباغة او الغش على امضاء او ختم او بصمة لشخص دون علم بمحتويات المحرر او دون رضاء صحيح به، و اصطناع محرر او تقليده ونسبته الى =

من خلال وسائل محددة ومعينة واردة في متن قانون العوبات على سبيل الحصر وبالتالي لا يجوز التوسع فيها أو القياس عليها ، وهو ما يطبق أيضاً بخصوص تزوير العلامة التجارية الذي لا يتم وفقاً لموقف هذه الدول إلا وفقاً للوسائل المحددة قانوناً والتي سنستعرضها فيما بعد..

والفرق بين الموقفين فيما يتعلق بجريمة التزوير أن الموقف الأول يقرر إمكانية وقوع تغيير الحقيقة بأي طريقة او وسيلة دون حصر أو تحديد لهذه الوسائل، وبالتالي يستوي بالنسبة لأصحاب هذا الموقف أن تقع تغيير الحقيقة على مستند مكتوب بمعنى محرر وفقاً للمعنى التقليدي لإصطلاح محرر وقد يقع على مستند غير مكتوب أو على أي دعامة غير تقليدية، وهو ما أسميناه بالمحررات المعلوماتية كمستخرجات الحاسوب سواء المطبوعة أو المخزنة داخل CD أو Flopy desk أو غيرها من الدعامات المعلوماتية المستحدثة مثل Flash momery وغيرها....

كما يستوي أيضاً بالنسبة للموقف الأول أن يقع التزوير باية وسيلة كالاصطناع أو التقليد بصورتهما التقليدية أو باية صورة حديثة أو معاصرة فالمهم عند هذا الموقف هو فعل تغيير الحقيقة ولا يهم بعد ذلك وسيلة هذا التغيير.

أما الموقف الثاني فنجده يحدد أو يقرر أو يذكر على سبيل المثال ـ كالمشرع الإماراتي ـ طرق وأساليب التزوير سواء المادي أو المعنوي وكذلك نراه يحدد ان التزوير يقع بالدرجة الأولى على المحررات الرسمية ومع ذلك أقر هذا الموقف إمكانية وقوع التزوير على بقية أنواع المحررات والتي من بينها المحررات المعلوماتية.، حيث وجدنا أن سلوك مشرعي الدول التي تمثل هذا الموقف الثاني من التزوير المعلوماتي وأن كانت قد بينت وحددت طرق ووسائل التزوير واعتباره من جرائم الموظف العام ومن جرائم المحررات الرسمية، إلا أنها لم تلغي إطلاقاً إمكانية ورود جريمة التزوير على غير هذه

الغير، و ملء ورقة ممضاة او مختومة او مبصومة على بياض بغير موافقة صاحب الامضاء او الختم او البصمة، وانتحال الشخصية او استبدالها في محرر اعد لاثباتها، و تحريف الحقيقة في محرر حال تحريره فيما أعد لاثباته.

المحررات ووقعها من قبل غير الموظف العام ولهذا وجدنا أيضاً ان النصوص المعاقبة على جريمة التزوير وأن كانت في البداية تنظم وتعالج التزوير الجنائي الوارد على المحررات الرسمية والمرتكب من قبل الموظف العام إلا أنها في نهاية معالجتها لموضوع التزوير وجدنا قد تركت الباب موارباً أمام إمكانية حدوث جريمة التزوير من قبل شخص ليس موظفاً عاماً وكذلك إمكانية وقوعها على المحررات العرفية وغيرها من المحررات الأخرى[1].

وعلى ضوء ما تقدم نقرر ان وسائل التزوير وفقاً لنصوص قانون العقوبات في معظم الدول العربية تعتبر واحدة في كل من التزوير الواقع على المحررات الرسمية او المحررات العرفية او محررات معلوماتية ، حيث يستوي بنظر هذه القوانين أن يكون المحرر محل التزوير محرر رسمي او محرر عرفي او محرر معلوماتي، فالمهم إذن هو فعل تغيير الحقيقة بصرف النظر عن صفة المحرر محل التزوير، وهذا أمر يبين لنا ان التزوير المعلوماتي وهو محل دراستنا هنا من الممكن حدوثه ووقوعه طالما إنطوى على تغيير لحقيقة محرر معلوماتي والذي وجدنا وأكدنا على أنه يشمل بين طياته أية بيانات أو وقائع أو صور أو علامات او كلمات أو رسومات أو أشكال معالجة آلياً أو إلكترونياً.

المحرر المعلوماتي وعلاقته بالعلامة التجارية:

لقد آثار المحرر المعلوماتي الصالح لأن يكون محلاً لجريمة التزوير العديد من التساؤلات بين رجال القانون، فمنهم من اعتبر المحرر المعلوماتي يعتبر بمثابة شرط مفترض من شروط وأركان جريمة التزوير المعلوماتي بمعنى أنه لا يكفي توفر كل

---

(1) للتأكد من صحة هذه الملاحظة انظر المادة 218 من قانون العقوبات الاماراتي والمادة 266 و المادة 271 من قانون العقوبات الأردني التي تنظم مسالة المصدقات الكاذبة والمادة 215 من قانون العقوبات المصري والتي تنظم مسالة "محررات أحد الناس" لدلالة على التزوير الواقع على غير المحررات الرسمية. وكذلك انظر لتأكيد هذا المعنى قرار تمييز جزاء عمان رقم 1998/576 فصل 1997/10/10 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1999 عدد 1 ص 404 والذي جاء فيه " لا يشترط لاعتبار التزوير قد وقع في محرر رسمي أن يكون هذا المحرر قد صدر عن موظف عام من البداية إذ أن المحرر العرفي يطل كذلك طالما بقي في يد صاحبه لكنه ينقلب إلى محرر رسمي بعد ذلك إذا ما تدخل فيه موظف عام في حدود وظيفته كتسجيل عقد البيع المزور في دائرة التسجيل.

من الركن المادي والركن المعنوي لجريمة التزوير المعلوماتي بل يشترط أيضاً أن يكون هناك شرط مفترض وهو أن يقع التزوير على محرر معلوماتي.

ومنهم من يرى ان المحرر المعلوماتي يندرج تحت مفهوم الركن المادي وأنه ليس بركن او شرط يفترض توافره بالاضافة الى الركن المادي والركن المعنوي لجريمة التزوير المعلوماتي.

وفي إطار مفهوم المحرر المعلوماتي نجد أن الفقهاء منقسمون فيما بينهم على تحديد طبيعة هذا المحرر، فمنهم من ينظر لهذا المحرر نظرة مادية بمعنى أن المهم لدى هذا الجانب هو وجود المحرر بحد ذاته بصرف النظر عن مضمونه أو محتواه[1]، ومنهم من نظر إلى هذا المحرر نظرة معنوية بمعنى ان المهم لديهم هو مضمون المحرر ومحتواه وما هو مدون فيه[2]، ومنهم من اتخذ موقفاً توفيقياً بين الأثنين يرى أن المحرر المعلوماتي لن تعرف إلا من خلال النظر إلى كل من جانبها المادي وجانبها المعنوي[3].

ومن جانبنا نجد أنفسنا مؤيدين لهذا الرأي الأخير وهو الرأي التوفيقي الذي يرى أن النظر إلى المحررالمعلوماتي لن يكون إلا من خلال النظر إلى كل من جانبها المادي وجانبها المعنوي حيث لا انفكاك بين الجانبين لكشف اللثام عن المقصود بالمحرر

---

(1) انظر هذا التوجه لدى، د. عبد الفتاح بيومي، المرجع السابق، ص 147، ويرى أصحاب هذا التوجه انه عند سماع عبارة محرر معلوماتي فان اول ما يتبادر إلى الذهن الشرائط المختلطة والديسكات والأقراص المدمجة وغيرها من الدعامات المعدة خصيصاً لاستقبال وتخزين وتسجيل المعلومات والبيانات المختلفة.

(2) د. فوزية عبد الستار، المرجع السابق، ص 258، ويرى أصحاب هذا الرأي ان المقصود بالمضمون المعنوي للمحرر المعلوماتي هو كل جسم مادي معد لاستقبال المعلومات عن طريق طبعها بصورة أو باخرى بشرط أن يكون قد سجلت عليه المعلومات باحد أساليب المعلوماتية، لمزيد من التفصيل انظر د. علي عبد القادر القهوجي، تطور الحماية الجنائية لبرامج الحاسب الآلي والمعلوماتية بوجه عام، ص 38 وما بعدها وكذلك انظر هذا التوجه منشور لدى د. عبد الفتاح بيومي، المرجع السابق، ص 149.

(3) د. أحمد حسام، المرجع السابق، ص 419، والذي يعرف المحرر المعلوماتي بانه كل جسم منفصل أو يمكن فصله عن نظام المعالجة الآلية للمعلومات وقد سجلت عليه معلومات معينة سواء أكان معداً للاستخدام بواسطة نظام المعالجة الآلية للمعلومات أو يكون مشتقاً من هذا النوع.

المعلوماتي، ولهذا نجد أنفسنا أيضاً مؤيدين ـ بحق ـ للتعريف الذي نادى به البعض للمحرر المعلوماتي بانه "كل جسم منفصل أو كان بالامكان فصله عن نظام المعالجة الآلية للمعلومات، وقد سجلت عليه معلومات معينة سواء كان معداً للاستخدام بواسطة نظام المعالجة الآلية للمعلومات او كان مشتقاً من هذا النوع"[1].

ومن خلال التعريف السابق للمحرر المعلوماتي يمكننا القول بإمكانية وقوع التزوير المعلوماتي على مخرجات الحاسوب سواء بصورتها الورقية المتمثلة بالمطبوعات والأوراق التقليدية شريطة أن يكون تغيير الحقيقة فيها قد تم إنشاء تخزينها أو تسجيلها داخل الحاسوب، أو بصورته الرقمية المتمثلة في بيانات ومعلومات وعلامات أو اشكال ورموز معالجة عن طريق الحاسوب تم تسجيلها او تخزينها على شرائط او وسائط أو تسجيلات ممغنطة كالديسك أو القرص المدمج او غيرها من الدعامات المعلوماتية الحديثة[2].

ولقد سبق لنا أن أوضحنا ان مفهوم المحرر المعلوماتي يشمل فيما يشمل أية بيانات أو معلومات أو معطيات تعطي معنى معين وتنسب لشخص معين، وبالتالي خلصنا إلى أن مفهوم هذا المحرر يشمل العلامات التجارية على اعتبار أن هذه العلامات ما هي أشكال مميزة تنطوي على معنى معين منسوبة إلى شخص معين بالذات دون غيره وتستخدم لتمييز وتفريق بضاعته أو سلعه أو خدماته عن مثيلاتها[3].

وبالتالي نرى ان تزوير العلامات التجارية معلوماتياً مع ظاهرة انتشار العلامات التجارية على شبكة الانترنت بات أمراً متوقعاً وممكناً من الناحية الفعلية وبالتالي كان لا بد من تجريمه والتصدي له والوقوف بوجه من يقوم به، ونعتقد بأن نص المادة

(1) د. احمد حسام، المرجع السابق، ص 422.

(2) بهذا المعنى د. عبد الفاح بيومي، المرجع السابق، ص 164.

(3) انظر لتاكيد هذا المعنى ما اتجهت إليه د. فوزية عبد الستار من ان المحرر المقصود في جريمة التزوير من الممكن ان يكون " العلامات التي ينتقل بها معنى معين من شخص إلى آخر عند النظر إليها، ويستوي بشانها العلامات المكونة من الكلمات والحروف التي تقوم عليها اللغة او المكون من مجرد رموز تعبر عن معان مصطلح عليها لدى بعض الناس" د. فوزية عبد الستار، المرجع السابق، ص 255.

38 من قانون العلامات التجارية الأردني وبدلالة نصوص المواد 260 و261 و262 من قانون العقوبات الأردني تفي بالغرض، حيث وجدنا أن نص المادة 38 المشار إليها تنظم مسألة تزوير العلامة التجارية بصورة مرنة ومطاطية حيث استخدمت عبارة " كل من زور علامة تجارية مسجلة ...." دون تقييد فعل التزوير بأسلوب معين ، ولهذا نفهم من ذلك ان هذا الاسلوب قد يكون تقليدياً وقد يكون أيضاً معلوماتياً ومعاصراً وحديثاً.

وعليه نقرر أن تغيير الحقيقة الوارد على علامة تجارية منشورة على شبكة الانترنت أو حتى استعمالها دون وجه حق من قبل شخص آخر غير مالكها أو المسجلة باسمه يعتبر بنظر القانون تزويراً لهذه العلامة مجرماً ومعاقب عليه في نص المادة 38 من قانون العلامات التجارية بدلالة المادة 262 من قانون العقوبات الأردني، إلا أن هذا التزوير هو تزوير معلوماتي طالما تم على علامة معلوماتية أو مخزنة ومسجلة ومعالجة آلياً أو إلكترونياً.

ويؤكد صحة وسلامة ما توصلنا إليه أن مفهوم التزوير المعلوماتي ـ كما رأينا ـ ينطبق على أي تغيير للحقيقة يرد على أية مخرجات للحاسوب بصورتها الورقية التقليدية المتمثلة في المطبوعات والرسومات المستخرجة من الحاسوب من خلال الطبع والنسخ، أو بصورتها الرقمية المتمثلة في البيانات والمعطيات والعلامات والمعلومات المخزنة والمسجلة على الدعامات المعلوماتية الحديثة كالديسكات والأقراص المدمجة والأقراص الممغنطة وغيرها من الوسائل والدعامات المحوسبة الحديثة.

المبحث الثالث
طرق تزوير العلامات التجارية وعلاقتها بالتزوير المعلوماتي

طرق التزوير بشكل عام:

من المجمع عليه أن التزوير لا يقع إلا إذا كان ارتكابه من قبل المزور قد تم من خلال طرق محددة خصيصاً لذلك، حيث لا يكفي أن يطال تغيير الحقيقة المحرر بل لابد من أن يكون تغيير الحقيقة هذا قد تم من خلال طرق وأساليب محددة قانوناً.

والتزوير وفقاً لما تقدم له وجهان: الأول: مادي بمعنى أن فعل تغيير الحقيقة يتم من خلال استخدام بعض الاساليب والطرق المنصوص عليها قانوناً، حيث تنص المادة 262 من قانون العقوبات الأردني، على ان التزوير المادي يشمل كل من إساءة استعمال إمضاءات او أختام او بصمات أو الامضاء المزور، وصنع صك او مخطوط، الحذف والاضافة في مضمون صك او مخطوط.

والوجه الآخر للتزوير هو: معنوي بمعنى ان تغيير الحقيقة يتم من خلال إحدى الطرق التزوير المعنوية والمنصوص عليها في المادة 263 من قانون العقوبات الأردني حيث تشمل هذه الطرق كل من التشويش في موضوع السند او ظروفه من قبل الموظف الذي ينظمه وهو ما يعرف بجريمة "تغيير إقرار أولى الشأن" وفقاً لإصطلاح قانون العقوبات المصري، وكذلك جعل واقعة مزورة في صورة واقعة صحيحة أو واقعة غير معترف بها في صورة واقعة معترف بها[1].

---

(1) انظر في تأكيد هذا المعنى قرار تمييز جزاء عمان رقم 1967/15 فصل 1967/1/1منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1967 عدد 1 ص 371 والذي جاء فيه " ان لجريمة التزوير أربعه أركان هي:

أ- تغيير الحقيقة في المحرر.

ب- الاحتجاج بالمحرر.

ج- ترتب الضرر او احتمال ترتبه من جراء تغيير الحقيقة.

والتزوير المادي باجماع الفقهاء هو كل تغيير للحقيقة في محرر بطريقة تترك فيه أثراً يدركه الحس وتقع عليه العين سواء بزيادة أم بحذف ام بتعديل ام بإنشاء محرر لا وجود له في الأصل، أو هو ذلك التغيير الذي يترك أثراً مادياً في المحرر مثل الكشط والمحو والطمس والإضافة[1]، أما التزوير المعنوي عند نفس الفقهاء فهو كل تغيير للحقيقة في مضمون المحرر ومعناه وظروفه وملابساته تغييراً لا يدرك البصر أثره[2]، أو هو التغيير الذي لا يترك في المحرر أثراً محسوساً لأنه يدرك المحرر في معناه[3].

ولقد أجمعت معظم التشريعات الجنائية على طرق محددة لكل من التزوير المادي والتزوير المعنوي، فنجد أن هذه التشريعات تحدد طرق التزوير المادية في كل من:

- اساءة استعمال إمضاء او أختام او بصمات.
- صنع صك او مخطوط أو تغيير المحررات بالحذف والإضافة او تغيير المضمون.

د- القصد الجرمي " وكذلك انظر قرار محكمة تمييز جزاء عمان رقم 1997/506 فصل 1997/11/17 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1998 عدد 1 ص 1612 والذي جاء في الفقرتين 2 و3 منه " 2- يتوفر الركن المادي لجرم التزوير باصطناع وقائع غير معترف بها على انها معترف بها والمتمثلة بادعاء وجود اب شرعي لطفل غير شرعي وتوقيع المتهم المصطنع بدلا عن ذلك الاب المصطنع بالتنازل عن الطفل وقيامه بوصفه يقوم بوظيفة كاتب العدل بتوثيق هذا التنازل، ويترتب على ذلك الاخلال بالثقة الاجتماعية بالاسناد الرسمية التي يفترض ان تمثل بيانات صادقة وحقائق مطلقة مما يوفر ركن الضرر سواء وقع هذا الضرر ام لم يقع ام من المحتمل ان يقع. 3- يتوفر الركن المعنوي لجرم التزوير بعلم المتهمين بأن ما قاما به يخالف الحقيقة وان شأن ذلك الاخلال بالثقة العامة بالاسناد الرسمية وهو ما يمثل القصد العام، وان انصراف نية المتهمين أم الطفل غير الشرعي والقنصل الفخري الى استعمال السند المزور الذي اصطنع والدا وهميا للطفل للغاية التي من اجلها جرى تزويره وهي اتمام عملية تسليمه للعائلة التي تبنته يشكل القصد الخاص لجرم التزوير.

(1) أستاذنا الدكتور جلال ثروت، نظرية القسم الخاص، الجزء الثاني، سنة 1979، مكتبة مكاوي، ص 76.

(2) انظر هذه التعريفات لدى د. محمد زكي أبو عامر، المرجع السابق، ص 107.

(3) استاذنا الدكتور جلال ثروت، المرجع السابق، ص 79، حيث يرى أن هذا التعريف وكذلك التعريف الخاص بالتزوير المادي بحاجة إلى تحديد أدق، فالتزوير يكون مادياً إذا تناول التغيير "شكل " المحرر و" المصدر" الذي انشأه، ويكون معنوياً إذا لم يلحق التغيير الشكل أو المصدر وإنما انصب على المضمون.

- وضع اسماء اشخاص مزورة.
- التقليد.
- الاصطناع.

أما طرق التزوير المعنوي فهي:

- إساءة استعمال إمضاء على بياض أوتمن عليه.
- تدوين عقود أو أقوال غير التي صدرت من المتعاقدين.
- جعل واقعة مزورة في صورة واقعة صحيحة.
- جعل واقعة غير معترف بها في صورة واقعة معترف بها.
- التحريف في اي واقعة أخرى بإغفال أمر أو أيراده على وجه غير صحيح.

ولن نركز هنا على كافة هذه الطرق المحددة للتزوير المادي والتزوير المعنوي بل سنكتفي بدراسة كل من وسيلة التقليد والاصطناع كوسائل تزوير مادية وذلك لأننا نعتقد بان العلامات التجارية لا تلحق بها جريمة التزوير إلى من خلال تغيير حقيقتها إما من خلال تقليدها وإما من خلال إصطناعها دون وجه حق واستعمالها بعدئذ على نحو غير مشروع.

وعلى هذا فان دراستنا لجريمة تزوير العلامات التجارية بشكلها المعلوماتي ستكون من خلال التصدي لكل من جريمتي الاصطناع والتقليد، كوسيلتين من وسائل تزوير العلامات التجارية وبيان مدى علاقتها بالتزوير المعلوماتي، مع الأخذ بعين الاعتبار ان وسائل وطرق التزوير المعنوي لا يتصور حدوثها بالنسبة للعلامات التجارية حيث لم تشهد قاعات المحاكم ولا التجربة العملية في الأردن واعتقد في المنطقة العربية أن تم تزوير أية علامة تجارية تزويراً معنوياً من خلال إما إساءة استعمال إمضاء على بياض تم تسليمه لمسجل العلامات التجارية ولا من خلال تدوين العقود والأقوال الخاصة بمالك العلامة التجارية والمتعلقة بهذه العلامة على نحو غير صحيح أو غير حقيقي، ولا من خلال جعل علامة تجارية مزورة تظهر بمظهر العلامة التجارية المسجلة خصوصاً وان

عملية تسجيل العلامات التجارية يسبقها في الغالب عملية فحص فني للتأكد من جدة وأصالة هذه العلامة.

وعلى ضوء ما خلصنا إليه سنتناول تباعاً كل من تزوير العلامة التجارية بمعنى إصطناعها دون وجه حق، وكذلك تقليد العلامة التجارية، ومن ثم بيان مدى علاقة كل من جريمة الاصطناع والتقليد بطرق التزوير المعلوماتي بمعنى هل من الممكن تصور أن يتم إصطناع علامة تجارية معلوماتياً وهل يمكن تقليد هذه العلامة معلوماتياً أيضاً.

تزوير العلامة التجارية (جريمة الاصطناع):

ذكر المشرع الأردني الإصطناع كطريقة من طرق التزوير المادي في متن المادة 1/262 بقوله "1- يعاقب بالاشغال الشاقة المؤقتة خمس سنوات....... وإما بصنع صك أو مخطوط..." ولكننا نرى هذا الذكر من قبل المشرع الأردني لجريمة الإصطناع قد جاء على استحياء حيث لم يبين لنا المشرع الأردني تعريفاً واضحاً ومحدداً لفعل الاصطناع، ومع ذلك يحسب للمشرع الأردني ان ذكر هذه الطريقة من طرق التزوير المادي وذلك خلافاً لموقف العديد من المشرعين العرب الذين لم ياتوا على ذكر هذه الطريقة من طرق التزوير على الإطلاق[1].

والاصطناع في إطار جرائم التزوير هو إنشاء محرر باكمله ونسبته زوراً إلى شخص آخر غير كاتبه[2]، وهو أيضاً خلق محرر بأكمله ونسبته إلى غير محرره[3]، وهو من وجهة نظر محكمة التمييز الاردنية وكذلك في نظر محكمة النقض المصرية

---

(1) مثال ذلك المشرع المصري الذي لم يذكر الاصطناع كطريقة من طرق التزوير في المادة 211 من قانون العقوبات، وبالتالي تعتبر هذه الطريقة من طرق التزوير المادي في مصر اختراع قضائي استمد وجوده من نصوص مواد أخرى غير المادة 211 الخاصة بطرق التزوير المادي المنصوص عليها على سبيل الحصر.

(2) د. عبد الحميد الشواربي، المرجع السابق، ص 46.

(3) د. محمود نجيب حسني، شرح قانون العقوبات ـ القسم الخاص، دار النهضة العربية، ص 239.

إنشاء محرر بكامل أجزائه على غرار أصل موجود او خلق محرر على غير مثال سابقة[1].

وفي إطار العلامات التجارية يمكننا واستناداً إلى التعريفات السابقة وضع تعريف خاص لمفهوم الاصطناع في العلامات التجارية وهو خلق علامة تجارية بأكملها استناداً إلى علامة أخرى أصلية ونسبتها زوراً إلى شخص آخر غير مالكها.

(1) انظر قرار تمييز جزاء رقم 673/ 1999 فصل 30/9/ 1999 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 2000 عدد 4 ص 2006 والذي جاء فيه " 1- عرفت المادة (260) من قانون العقوبات التزوير بأنه تحريف مفتعل للحقيقة في الوقائع والبيانات التي يراد إثباتها بصك أو مخطوط يحتج بهما نجم أو يمكن أن ينجم عنه ضرر مادي أو معنوي أو اجتماعي والتغيير المادي هو ما يدركه الحس وتقع عليه العين سواء أكان بزيادة او حذف او تعديل في محرر موجود من الأصل أو بإنشاء محرر جديد، ويشترط للمعاقبة على التزوير بحدود المادة 262 من قانون العقوبات أن يقع هذا التزوير في سند رسمي وان صنع الصك او المخطوط هو إنشاء، محرر بكامل أجزائه على غرار اصل موجود أو خلق محرر على غير مثال سابق، فالاصطناع يقع على صورتين- خلق محرر لم يكن موجودا من قبل أو خلق محرر آخر بعد التعديل عليه بالحذف أو الإضافة، وعليه وحيث أن قيام المتهم بالتوقيع على محرر رسمي بعد اصطناعه وحذف أسماء أشخاص أخذت عينات المياه من منازلهم وتم فحصها وظهرت النتيجة فيها بمخالفتها للمواصفات وذلك على اثر ظهور مشكلة تلوث المياه في المملكة ولتغيير هذه النتيجة تم اصطناع المحرر وشطب العينات المخالفة للمواصفات لتصبح النتيجة مطابقة وبما يعنى أن المياه صالحة للشرب فيكون ما اقدم عليه المتهم جناية التزوير وليس إعطاء مصدقة كاذبة ذلك أن المصدقة الكاذبة هي الورقة أو الشهادة الخطية التي تتضمن بيانا أو اخبارا كاذبا خلافا للحقيقة وهي تدبير إداري يقصد به تزويد الشخص بمصدقة يحتج بها في نطاق محدود دون أن تعتبر حجة كاملة بذاتها في حين أن المحرر المزور يعتبر حجة كاملة بذاته ويعتبر سندا رسميا ويشكل العبث به جناية التزوير ومن الجرائم المستثناة من أحكام قانون لعفو العام رقم 6 لسنة 1999 ولا يشترط في تزوير الأوراق الرسمية أن يترتب عليه ضرر مادي لان مجرد لعبث بالأوراق الرسمية يهدم الثقة التي لا بد من جودها في كل ورقة رسمية ويلحق ضررا بالمصلحة لعامة والنظام العام.2- قيام المتهم بالطلب من موظف آخر (الشاهد) بأن لقوم بإعداد كشف جديد بأسماء الأشخاص الذين أخذت عينات مياه من منازلهم وحذف أسماء الأشخاص ونتائج فحص العينات المأخوذة من منازلهم والتي تبين أنها تحتوي على نسبة تركيز أعلى وذلك من الكشف المحفوظ في كمبيوتر المختبرات المركزية وهناك نسخة عنها قبل الحذف مطابقة للحقيقة وبعد إعداد الكشف الجديد (المصطنع) قام المتهم بالتوقيع عليه فان فعله هذا يشكل جناية التزوير وليس جرم إخفاء أو إتلاف وثيقة أو مستند خلافا للمادة (222) من قانون العقوبات، لان أحكام هذه المادة تتطلب أن يكون الإخفاء أو الإتلاف لنفس السند الأمر الذي لا يتوافر في الدعوى لأن السند الحقيقي موجود ولم يتعرض للإخفاء أو الإتلاف وانما جرى اصطناع سند جديد بعد حذف نتائج فحوصات لعينات مأخوذة من منازل بعض المواطنين، وكذلك انظر الحكم نقض جنائي جلسة 1968/5/6 مجموعة احكام النقض، س19 رقم 105، ص 536 وكذلك نقض جنائي جلسة 1971/12/27 س 22، رقم 200، ص 833، انظر هذه الأحكام منشورة لدى د. عبد الفتاح بيومي، المرجع السابق، ص 200 والهامش رقم 2.

ولقد عالج المشرع الأردني جريمة إصطناع علامة تجارية (تزويرها) في المواد 38 من قانون العلامات التجارية والمادة 1/3 من قانون علامات البضائع الأردني حيث نصت على "كل من زور علامة تجارية مسجلة ... يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنة واحدة أو بغرامة لا تزيد على مائة دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين ما لم يثبت انه قد فعل ذلك بدون قصد الاحتيال".

واستناداً لهذا النص نقرر أن جريمة إصطناع علامة تجارية لا تتحقق إلا بتوافر عنصرين أحدهما مادي وهو فعل الاصطناع وثانيهما معنوي وهو قصد الاحتيال.

1- الركن المادي:

ويتمثل هذا الركن بفعل الاصطناع في ذاته المكون لجريمة التزوير والذي يتحقق باصطناع علامة مطابقة تماماً للعلامة الأصلية أو على الأقل نقل الأجزاء الرئيسية[1] منها بحيث تستخدم لخلق وإنشاء علامة جديدة مطابقة للعلامة الأصلية دون وجه حق ودون موافقة مالك العلامة الأصلية وبطريقة تؤدي إلى غش الجمهور وخداعهم وتضليلهم.

---

(1) د. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، سنة 2000، ص 401، ولقد جرى قضاء محكمة التمييز الأردنية على تأكيد هذا المعنى انظر بهذا الخصوص قرار تمييز رقم 1999/673 فصل 1999/9/30 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 2000 عدد 4 ص 2006 والذي جاء فيه " ان صنع الصك أو المخطوط هو إنشاء، محرر بكامل أجزائه على غرار أصل موجود أو خلق محرر على غير مثال سابق، فالاصطناع يقع على صورتين - خلق محرر لم يكن موجودا من قبل أو خلق محرر آخر بعد التعديل عليه بالحذف أو الإضاف"وكذلك انظر قرار تمييز جزاء رقم 1998/526 فصل 1998/9/20 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1998 عدد 1 ص 4451، وكذلك انظر قرار تمييز جزاء رقم 1997/506 فصل 1997/11/17 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1998 عدد 1 ص 1612 والذي جاء فيه " 2- يتوفر الركن المادي لجرم التزوير باصطناع وقائع غير معترف بها على انها معترف بها والمتمثلة بادعاء وجود اب شرعي لطفل غير شرعي وتوقيع المتهم المصطنع بدلا عن ذلك الاب المصطنع بالتنازل عن الطفل وقيامه بوصفه يقوم بوظيفة كاتب العدل بتوثيق هذا التنازل، ويترتب على ذلك الاخلال بالثقة الاجتماعية بالاسناد الرسمية التي يفترض ان تمثل بيانات صادقة وحقائق مطلقة مما يوفر ركن الضرر سواء وقع هذا الضرر ام لم يقع ام من المحتمل ان يقع ".

وحتى يتوفر الركن المادي لجريمة الاصطناع يجب أن يتوفر شرطين:

الأول: أن يقوم المزور باصطناع علامة تجارية بطريقة تؤدي إلى خداع الجمهور وتضليله والتدليس عليه، بحيث يصبح هذا الجمهور غير قادر على التمييز بين العلامة المصطنعة والعلامة الأصلية ولا التمييز بين بضائع العلامة الأصلية وبضائع العلامة المصطنعة.

الثاني: أن يقوم المزور بفعل الإصطناع دون موافقة مالك العلامة الأصلية محل الاصطناع لأنه لو كان فعل إصطناع علامة تجارية قد تم بموافقة ومباركة مالك العلامة الأصلية لأدى ذلك إلى إنعدام الركن المادي لجريمة الاصطناع وبالتالي أدى ذلك إلى عدم تحققها ووقوعها من الأساس، وكذلك الأمر بالنسبة لعدم توفر شرط إنخداع الجمهور فلو أن فعل الاصطناع لم يؤدي إلى خداع الجمهور وتضليله والتدليس عليه بحيث بقي على الرغم من الاصطناع قادراً على التمييز بين العلامة الأصلية والعلامة المصطنعة وكذلك التمييز بين بضائع العلامة الأصلية وبضائع العلامة المصطنعة فان مؤدى ذلك أنعدام الركن المادي لجريمة الاصطناع وبالتالي عدم تحقق هذه الجريمة بالمرة[1].

غاية ما في الأمر هو أن الاصطناع في إطار العلامات التجارية يؤدي إلى خلق علامة جديدة من خلال نقل العلامة الأصلية أو نقل أهم أجزائها الرئيسية ووضعها واستعمالها من قبل المزور دون وجه حق ودون موافقة مالك العلامة الاصلية وبطريقة

---

(1) هذا ما تنص عليه المادة 5 من قانون علامات البضائع الأردني والتي تنص على " يعتبر الشخص بأنه زور علامة تجارية:
أ. إذا صنع تلك العلامة التجارية أو أية علامة قريبة الشبه منه بصورة تؤدي إلى الانخداع بدون موافقة صاحبها، أو
ب. إذا زور أية علامة تجارية حقيقية سواء بتغييرها أم بالإضافة إليها أم بتشويهها أو بغير ذلك. ويشار في هذا القانون إلى كل علامة تجارية أو علامة صنعت أو زورت على هذه الصورة أنها علامة تجارية مزورة. ويشترط في ذلك أن تقع بينة إثبات موافقة صاحب هذه العلامة في جميع المحاكمات الجارية بشأن تزوير العلامة التجارية على المتهم. وانظر بهذا المعنى د. صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 402.

تـؤدي إلى خـداع الجمهـور وتـضليلهم بحيـث لا يـستطيعون التمييـز بـين العلامـة الأصـلية والعلامة المصطنعة ولا بين بضائع العلامة الأصلية وبضائع العلامة المصطنعة.

ومثـال هـذه الجريمـة هـو أن يقـوم شـخص بقـص نمـوذج علامـة تجاريـة مـسجلة ومـستعملة مـن قبـل مالـكها الأصـلي على بضاعة معينـة، ولصقها على عبوات بضاعة مماثلـة دون وجـه حـق، فهنـا لا نقـول أن مثـل هـذا الـشخص قـد ارتكـب جريمـة تقليـد للعلامة الأصلية بل نقول ان هذا الشخص قد ارتكب جريمة إصطناع أو تزوير لعلامة تجارية مسجلة ومستعملة.

ومثال هذه الجريمة أيضاً لو أن مالك العلامة الأصلية قام بتمزيق نمـوذج معـد مـن قبله لعلامته التجارية ثم قام شخص بتجميع قصاصات هذا النموذج الممزق واستخدامها بعـد ذلـك كعلامـة تجاريـة لـه، فمثـل هـذا الـشخص لم يتركـب جريمـة تقليـد للعلامـة التجارية الأصلية بل ارتكب جريمة إصطناع علامة تجارية (تزويـرللعلامـة التجاريـة) لأن تمزيق نمـوذج العـلامـة التجاريـة يعـد إعداماً لهذه العلامـة وتجميعـه مـن جديـد يعـد خلـق جديد له[1] وبالتالي يتحقق الركن المادي لجريمة الاصطناع.

ومن خلال الركن المادي لجريمة اصطناع علامة تجارية يظهر لنا الفرق بين كل من جريمة الاصطناع من جهة وجريمة تقليد العلامة التجارية من جهة اخرى، وهو الأمـر الذي سبق لنا أن أشرنا إليه في موضع سابق من هـذه الدراسة، حيـث يظهـر هـذا الفـرق في أن إصـطناع العلامـة التجاريـة يقتـضي وجـود خلـق جديـد للعلامـة التجاريـة أو نـسخ كامل لها أو على الأقل لأهـم أجزائهـا الرئيسية، بينمـا جريمـة التقليـد فتقتـضي مجـرد وجـود التـشابه والمحاكـاة بـين العلامـتين أو بـين عناصـرها الجوهريـة فقـط شـريطة ان يؤدي هذا التشابه إلى تضليل الجمهور وخداعه[2]، أو بمعنـى آخـر فـإن مرتكـب جريمـة

---

(1) بهذا المعنى، د. عبد الفتاح بيومي، المرجع السابق، ص 201.

(2) قارن ما تقدم مع د. صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 402 حيث يعتقد الزميل الفاضل أن التزوير (الاصطناع) والتقليد هما وجهان لجريمة واحدة مع الأخذ في الاعتبار ان اكتشاف تقليد العلامة اقل صعوبة من تزويرها (اصطناعها)!!.

التزوير من خلال إصطناع العلامة التجارية يقوم بنقل العلامة الأصلية كما هي أو بنقل أهم اجزائها الرئيسية كما هي نقلاً تاماً[1] واستعمالها كعلامة له دون وجه حق لتمييز بضائع أو سلع أو خدمات معينة، بينما مرتكب جريمة التقليد فجل ما يقوم به هو إدخال بعض التعديلات سواء بالزيادة أو النقصان على العلامة الأصلية وبالتالي إنشاء علامة تحاكي العلامة الأصلية وتشابهها فقط، وبالتالي يوجد لنا علامتين واحدة أصلية والثانية مقلدة بينما في جريمة الاصطناع فلا توجد إلا علامة واحدة أصلية تم نقلها أو استعمالها دون وجه حق على بضائع غير تلك البضائع المستعملة عليها من قبل.

2- الركن المعنوي:

ويتمثل هذا الركن في باتجاه نية الجاني نحو الاحتيال والتدليس على الجمهور، خصوصاً وان جرائم العلامات التجارية تعتبر من قبيل جرائم الغش التجاري المعاقب عليها في قانون العقوبات وقوانين الخاصة بحماية المستهلك، وبالتالي كان لا بد من توافر عنصر الاحتيال لدى المزور او المصطنع للعلامة التجارية حتى تتحقق بحقه هذه الجريمة.

وطالما أن جرائم العلامات التجارية تعتبر- بحق - من جرائم الغش التجاري فإن هذا يعني أنه يكفي لتحقق الركن المعنوي فيها وهو قصد الاحتيال أن يكون هذا القصد الجنائي محتمل الوقوع حيث لا يشترط فيه هنا أن يكون مؤكد الوقوع، ليس هذا فحسب بل ان قصد الاحتيال يعتبر من الأمور المفروضة وذلك لأنه يعتبر شكلاً من أشكال سوء النية، وسوء النية في المواد التجارية مفروض وليس مشروط.

ومن نافلة القول، التأكيد على أن استخلاص هذا القصد الجنائي المفروض من الأمور التي تختص بها محكمة الموضوع التي يمكنها التوصل إلى وجود هذا القصد من خلال عدة قرائن أو وقائع معينة، أقلها ان مجرد تزوير علامة تجارية باصطناعها

(1) بهذا المعنى د. صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 402.

واستعمالها دون وجه حق ودون موافقة مالكها وبطريقة تؤدي إلى غش الجمهور يتعبر من قبل قصد الاحتيال وسوء نية الجاني، مع العلم بان هذه القرائن أو الوقائع ليست قطعية الثبوت بل هي نسبية الثبوت وقابلة للاثبات العكسي من قبل من قام بتزوير العلامة التجارية من خلال اصطناعها وذلك من خلال إما أن يثبت بان إصطناعه للعلامة كان بموافقة ومباركة مالكها وإما بإثبات ان إصطناعه للعلامة التجارية لم يؤدي ولا بأي شكل من الأشكال إلى غش الجمهور وخداعهم او تضليلهم.

وبعد ان تعرفنا على جريمة اصطناع العلامة التجارية كطريقة من طرق تزوير العلامات التجارية، يأتي السؤال ما علاقة هذه الجريمة بالتزوير المعلوماتي، بمعنى هل من الممكن ان يقع التزوير المعلوماتي بهذه الطريقة؟؟!

الواقع ان وقوع جريمة التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية بطريقة الاصطناع أمر وارد و وارد بشدة، إذ كما بينا من قبل أن الجاني هنا يقوم بنقل العلامة التجارية كما هي أو نقل أهم أجزائها الرئيسية ومن ثم لصقها على بضائع ومنتجات له دون وجه حق وبطريقة تؤدي إلى غش الجمهور وخداعهم، يمكننا أن نتصور وبسهولة قيام هذا الجاني التلاعب بالعلامات التجارية المعالجة آلياً او إلكترونياً أو العلامات المخزنة او المسجلة عبر الحاسوب أو المنتشرة على المواقع الافتراضية لشبكة الانترنت، والقيام باستخدام الأساليب التكنولوجية كوسيلة القص واللصق (copy & Paste) فيقوم بقص علامة معالجة إلكترويناً ولصقها على منتجاته او خدماته المعلن عنها عبر المواقع الافتراضية على شبكة الانترنت، ومن ثم يقوم باستخراجها من الحاسوب على اعتبار انها منسوبة إليه.

ليس هذا فحسب، بل نجد أنه ليس من الصعوبة بمكان أن يقوم من يريد اصطناع علامة تجارية بإدخال عناصر العلامة المراد تزويرها عن طريق الاصطناع إلى جهاز الحاسوب من خلال استخدام الأدوات والاجهزة المساندة لجهاز الحاسوب كجهاز

الماسح الضوئي (Scanner) أو عن طريق لوحة المفاتيح (keyboard) أو عن طريق استخراج هذه العناصر من خلال شبكة الانترنت من ثم تحميلها أو تنزيلها على الحاسوب الخاص به والبدء بعملية تصنيع العلامة التجارية ومن ثم استخراجها وكأنها علامة منسوبة إليه.

وعليه نقرر أن وقوع جريمة تزوير العلامة التجارية تزويراً معلوماتياً من خلال طريقة الاصطناع أمر وارد وممكن بل وبمنتهى السهولة ويسر في ظل التقدم العلمي والتقني الهائل الذي طرأ على الحواسيب والاجهزة المساندة لها.

تقليد العلامة التجارية:

ويقصد بالتقليد المحاكاة والتشبه، وهو صناعة شيء على نمط شيء آخر[1]، وفي إطار العلامات التجارية يقصد بالتقليد هنا هو محاكاة علامة تجارية أصلية من خلال إجراء بعض التعديلات على هذه العلامة بالزيادة او بالنقصان أو بتغيير بعض الألوان بحيث تصبح العلامة المقلدة قريبة الشبة كثيراً من العلامة الأصلية وبصورة تؤدي إلى إنخداع الجمهور وتضليلهم.

والتقليد بالمعنى المتقدم يختلف بعض الشيء عن الإصطناع حيث وجدنا أن الإصطناع يقتضي وجود علامة واحدة أصلية تم نقلها كرهاً ودون موافقة مالكها واستخدامها كعلامة لمن قام باصطناعها، فلا يوجد هنا إلا علامة واحدة فقط وهي العلامة الأصلية ولكن الذي تم هو أن الجاني هنا استسهل الأمر فقام بخلع أو نزع او نقل هذه العلامة واستخدامها كعلامة لمنتجاته وخدماته دون وجه حق وعنوة عن المالك الأصلي لها، بينما في التقليد فان الأمر مختلف بعض الشيء حيث تكون هنا أمام علامتين واحدة أصلية والثانية مقلدة تتشابه في مجموعها العلامة الأصلية تشابهاً من

(1) انظر أستاذنا الدكتور جلال ثروت، المرجع السابق، ص 78.

شأنه أن يخدع الجمهور ويضلله حول منشأ السلع أو مصدر البضائع المستخدم عليها هذه العلامات [1].

ويرى البعض أنه يقصد بالتقليد في مجال العلامات التجارية أيضاً ان يقوم الجاني هنا باستخراج وإظهار العنصر الرئيسي والأساسي من علامة معينة ونقله دون وجه حق إلى علامة جديدة، فالعبرة هي في تقليد العناصر المحمية والتي تم إيداعها بشكل شرعي وسواء كانت أسمية أو بكتابات مختلفة او في التغاليف، أما إذا وقع التقليد على عناصر غير مهمة فلا مجال للقول بوجود الجرم [2].

على العموم نرى أن التقليد في إطار العلامات التجارية يعني إنشاء علامة تجارية استناداً على علامة أخرى موجودة ومسجلة أو مستعملة من قبل تشتمل على العناصر الرئيسية للعلامة الأصلية بحيث يؤدي ذلك إلى غش الجمهور وخداعهم وتضليلهم سواء بالنسبة لمصدر البضائع أو مدى جودتها أو لمنشأ هذه العلامة ومدى شهرتها، ونسبتها للمقلد دون وجه حق كمحاولة من قبله للاستفادة من شهرة العلامة ورواجها وتمتعها بثقة الجمهور ورضاهم.

فتقليد العلامة التجارية إذن هو قيام المقلد بالمحاكاة والتشبه بها وإنشاء علامة على غرارها سعياً وراء الاستفادة المادية والمعنوية من العلامة الأصلية التي تم تقليدها والتشبه بها، وذلك من خلال إما تغيير عناصر الرئيسية سواء بالإضافة إليها أو الحذف منها، وإما من خلال تشويهها والتلاعب بها وطمس بعض ملامحها ومعالمها.

---

(1) قارن ما تقدم مع القاضي انطوان الناشف، الإعلانات والعلامات التجارية، مكتبة الحلبي، بيروت 1999، ص 149، حيث يرى سيادته أن العلامة التجارية قد تتعرض للتقليد وهو ما سميناه بالاصطناع وقد تتعرض لما يسميه هو بالتشبيه وسميناه نحن بالتقليد، ويقرر أن التقليد هو اصطناع علامة مطابقة تماماً للعلامة الصناعية او التجارية أما التشبيه فهو اصطناع علامة تشابه في مجموعها العلامة الأصلية تشابهاً من شأنه ان يخدع الجمهور ويضلله حول مصدر البضاعة.

(2) د. نعيم مغبغب، الماركات التجارية والصناعية، بدون دار نشر، بيروت الطبعة الأولى، 2005، ص 160.

وحتى تقوم جريمة التقليد هنا لا بد من توافر ركني هذه الجريمة وهما الركن المادي المتمثل في فعل التقليد أو المحاكاة او التشبه، والركن المعنوي المتمثل بقصد الاحتيال وغش الجمهور وخداعهم، ولقد سبق لنا توضيح هذين الركنين في معرض توضيحنا لجريمة الاصطناع حيث لا تختلف هذه الأخيرة عن جريمة التقليد من حيث توافر الركن المادي والمعنوي ولكنها تختلف في ماهية الفعل المكون للركن المادي حيث انه في جريمة الاصطناع وجدنا أن هذا الفعل يظهر بمظهر النقل العمدي للعلامة التجارية الأصلية ووضعها على منتجات وسلع وخدمات غير التي تم استعمالها من أجلها أصلاً، بينما في جريمة التقليد نجد أن هذا الفعل يظهر بمظهر المحاكاة والتشبه وإنشاء علامة جديدة من وحي علامة أخرى أصلية من خلال تغييرها أو الإضافة إليها او الحذف منها أو تشويهها.

هذا بالنسبة للركن المادي، إما بالنسبة للركن المعنوي وهو قصد الاحتيال فاننا نجده في كلا الجريمتين واحد وهو اتجاه نية المقلد أو المصطنع نحو تضليل الجمهور وغشهم وخداعهم والتلاعب بثقتهم في منتج أو سلعة معينة، وهذا الركن يعتبر في الجريمين من الأمور المفترضة وليس المشروطة لأننا سواء في جريمة الاصطناع او جريمة التقليد ـ وهما صورتين من صور جريمة تزوير العلامة التجارية ـ نكون أمام إحدى الجرائم الخاصة بمسألة الغش التجاري والصناعي وبالتالي خاصة بمسألة حماية المستهلك، وهذا النوع من المسائل اعتبر المشرع ـ مشكوراً ـ ان سوء النية فيها مفروض وليس مشروط، وبالتالي فان المتلاعب بهذه المسائل يفترض به بداهة وابتداءاً انه سيء النية وأن قصده او الاحتيال وغش الجمهور وخداعهم ما لم يستطع أثبات العكس[1].

---

(1) قارن ما تقدم مع كل من القاضي أنطوان الناشف المرجع السابق، ص 120وكذلك الدكتور نعيم مغبغب، المرجع السابق، ص 160 حيث يرى الأثنين ان جريمة التقليد (الاصطناع) تختلف في عناصرها عن جريمة التشبيه (التقليد) إذ تتحقق جريمة التقليد بصرف النظر عن وجود أو عدم وجود قصد الغش أو سوء النية عند التقليد، أما جريمة التشبيه او كما سماها د. نعيم مغبغب (الاحتذاء) فلا تتحقق إلا بتوفر الغش، فالتقليد يفترض بذاته سوء النية أنه =

والواقع أن مسألة التقليد كصورة من صور جريمة تزوير العلامة التجارية واختلافها عن جريمة إصطناع العلامة التجارية كصورة أخرى من صور جريمة تزوير العلامة التجارية وفقاً لما تقدم، دفع القضاء سعياً وراء تحديد الخطوط الحمراء التي إذا تم تجاوزها يكون المتجاوز مرتكباً لجريمة التقليد، وهذه الخطوط تتلخص فيما يلي:

- أن العبرة دائماً بالفكرة الرئيسية التي تنطوي عليها العلامة التجارية، أو بمعنى آخر أن العبرة بوقوع التشابه على الفكرة الرئيسية التي تقوم عليها العلامة محل التقليد، بمعنى انه قد يكون بين العلامتين تشابه ومع ذلك لا تقوم جريمة التقليد، وذلك إذا كان التقليد ليس واقعاً على الفكرة الرئيسية للعلامة محل التقليد، وهو ما يعبر عنه عادة بالقول أن العبرة بأوجه الشبه بين العلامتين لا بأوجه الاختلاف، بمعنى انه عند فحص العلامتين لبيان مدى وجود التشابه من عدمه ينبغي على الفاحص أن التوقف عن نقاط التشابه والتمسك بها والابتعاد عن نقاط الاختلاف ونبذها، واضعاً في اعتباره مدى إمكانية وقوع الجمهور في براثن التضليل والخداع والغش من وراء هذا التشابه بين العلامتين[1].
- أن العبرة دائماً بالفكرة الرئيسية للعلامتين لا بتفاصيلهما الجزئية، بمعنى أن المقارن والفاحص لهاتين العلامتين ينبغي أن ينظر ويمعن النظر في المفهوم العام للعلامتين وبفكرتهما العامة والرئيسية وأن لا يتوقف كثيراً عند

يفترض أن يكون الفاعل عالماً بعمله وقاصداً نتيجته لأنه يتفق بالمطابقة التامة للعلامة الأصلية ولا يحتمل حصول مثل هذه المطابقة بطريق الصدفة.

(1) انظر لتأكيد هذا المعنى قرار عدل عليا رقم 20 /1953 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1953 ص 506 وكذلك القرار رقم 53/31 عدل عليا منشور في مجلة نقابة المحامين الاردنيين لسنة 1954 ص 3 والقرار 1956/108 عدل عليا، منشور في مجلة نقابة المحامين الاردنيين لسنة 1966 ص 157 ولقد جرى القضاء الأردني على هذا المنوال في العديد من الأحكام.

التفاصيل الجزئية لكل واحدة منهما ، فالمهم هو المعنى او المظهر العام للعلامتين لا تفاصيل كل واحدة منهما الجزئية ، بمعنى آخر ينبغي أن يكون التشابه او المحاكاة واردة على كل العلامة لا على إحدى تفاصيلها الجزئية او على عنصر واحد من عناصرها[1].

- أن العبرة في بيان وقوع التشابه من عدمه هو معيار المستهلك العادي، وليس المستهلك الملم أو الداري بخفايا الأمور وليس أيضاً المستهلك الساهي أو غير المكترث، فالمعيار هو معيار الرجل العادي المتوسط الحرص والدراية ، وبالتالي فان الفاحص في مسألة وجود التشابه بين العلامتين ينبغي أن يأخذ بباله واعتباره مدى وقوع المستهلك العادي متوسط الحرص والدراية في التضليل والخداع، فإذا كان مثل هذا المستهلك عرضة للتضليل والخداع قام التشابه وبالتالي قامت جريمة التزوير وبالتالي حق العقاب على المقلد ، إما إذا كان هذا المستهلك بعيداً عن الوقوع في التضليل أو الخداع فلا مجال لوقوع الجريمة.
- أن العبرة دائماً بنوع البضاعة التي تحمل العلامة ، بمعنى أن التقليد لا يكون ولا يتحقق إلا إذا كان بين علامة مستعملة على بضاعة معينة وعلامة أخرى يراد استعمالها على نفس البضاعة ، أما إذا وجد تشابه بين علامتين كل واحدة تستعمل على بضاعة مختلفة فلا يوجد تشابه بينهما وبالتالي لا يوجد تقليد ولا غش للجمهور[2].

---

(1) انظر قرار عدل عليا رقم 1985/94 منشور في نقابة المحامين الاردنيين لسنة 1986 ص 491 والذي جاء فيه " أن علامة star-Oil لا تعتبر تقليداً لعلامة Five Stars وذلك للأختلاف البين بين العلامتين بصورة تمكن الجمهور من التمييز بينهما دون لبس إذ أن التشابه الممنوع قانوناً هو التشابه الحاصل في مجموع العلامة لا في جزء من اجزائها فقط".

(2) انظر لتأكيد هذا المعنى قرار عدل عليا رقم 75 /1994 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1995 ص 60 وكذلك القرار رقم 94/391 عدل عليا منشور في مجلة نقابة المحامين الاردنيين لسنة 1995 ص 1847 والقرار =

والآن وبعد أن تعرفنا على المقصود بالتقليد وبينا المعايير المتبعة قضائياً لتحديد مدى التشابه وبالتالي التقليد بين العلامات التجارية، يأتي التساؤل حول مدى إمكانية وقوع التقليد كصورة من صور التزوير معلوماتياً، فهل ممكن أن يتم تقليد العلامات التجارية معلوماتياً؟.

الواقع أن إمكانية حدوث التقليد المعلوماتي للعلامات التجارية هي إمكانية كبيرة وذات نسبة عالية جداً قياساً مع التطور التقني والعلمي الهائل الذي طرأ على أجهزة الحاسوب والأجهزة المسندة له.

وتأكيداً لما تقدم شهدت محكمة جنايات أمن الدولة في إمارة أبو ظبي قضية جنائية تتضمن مثالاً عملياً لإمكانية وقوع جريمة التزوير المعلوماتي بطريق التقليد، وحيثيات هذه القضية رقم 99/112 ـ جنايات أمن دولة ـ أبو ظبي، أن شاباً يعمل كموظف حاسب آلي في إحدى الوزارات الحكومية بدولة الإمارات العربية المتحدة ـ هي وزارة سيادية يبدو أنها وزارة المالية ـ قام بتقليد ورقة نقدية من فئة 500 درهم إماراتي المتداولة بطريقة متقنة جداً بحيث سهل عليه امر توزيعها داخل مدينة العين والمناطق المحيطة بها.

وأثناء التحقيق مع هذا الشخص اعترف بأن إقدامه على هذه الجريمة كانت بوازع من تحدي الذات كونه من المحترفين في التعامل مع أجهزة الحاسوب والأجهزة المساندة والملحقة به مثل الـ Scanner والـPrinter.

أما وقائع هذه القضية فتتلخص في أن هذا الشخص ومن خلال جهاز الحاسوب الشخصي الخاص به والحصول على أوراق شبيهة بالأوراق التي تستعمل كأوراق نقدية والحصول على أقلام رصاص لونها رصاصي، استطاع إدخال تعديلات وألوان معينة

1995/9 عدل عليا، منشور في مجلة نقابة المحامين الاردنيين لسنة 1996 ص 617 ولقد جرى القضاء الأردني على هذا المنوال في العديد من الأحكام.

على الورقة النقدية المزورة بطرق التقليد من خلال حسابات هندسية معقدة اوصلته إلى المقاسات المثلى للورقة النقدية التي ظهرت الورقة المقلدة شبيهة بها إلى حد التطابق نوعاً ما الأمر الذي كان يصعب على غالبية الأفراد التفريق او التمييز بينهما ، وعلى الرغم من فرحته العارمة بهذا "النجاح"!! الذي حققه إلا ان يد القضاء طالته وكبحت جماح فرحته وقضت عليه بالحبس المؤقت لمدة خمسة سنوات.

المبحث الرابع
الــــــضـــرر

تعريف الضرر:

تجمع كافة التشريعات الجزائية وكذلك فقهاء القانون الجنائي ورجال القضاء الجنائي أيضاً على أن الضرر في جريمة التزوير يعتبر عنصراً أساسياً من عناصر الركن المادي لقيام هذه الجريمة[1]، بحيث يمكننا القول بانه إذا انعدم الضرر انعدم وقوع جريمة التزوير، ولهذا نرى ان القاضي الناظر في دعوى التزوير يجتهد أكثر ما يجتهد وهو بصدد إظهار الضرر الناتج عن دعوى التزوير على اعتبار أن وجود الضرر يؤدي بالضرورة إلى وجود جريمة التزوير شريطة توافر الأركان الأخرى بالطبع، أما انتفاء الضرر فيؤدي بالضرورة إلى انتفاء جريمة التزوير دون الحاجة للبحث عن توافر الأركان الأخرى لهذه الجريمة[2].

---

(1) ليس هذا فحسب بل أن الدكتور محمود نجيب حسني وهو واحد من فقهاء القانون الجنائي ذهب إلى أبعد من ذلك حيث اعتبر ان الضرر في جريمة التزوير يعتبر بمثابة ركن مستقل بذاته وبالتالي تصبح هذه الجريمة بنظر الدكتور محمود نجيب حسني جريمة ثلاثية الأركان: ركن مادي يتمثل في فعل التزوير أو تغيير الحقيقة وركن معنوي يتمثل في قصد الاحتيال والتلاعب بالثقة العامة وركن ثالث وهو الضرر، د. محمود نجيب حسني، المرجع السابق، ص282 وما بعدها.

(2) ولقد تأكد هذا الأمر من خلال صدور العديد من القرارات القضائية المؤكدة على اعتبار الضرر ركن من أهم اركان جريمة التزوير بصرف النظرعن شكل هذا الضرر، انظر في هذا الصدد قرار تمييز جزاء رقم 1987/197 فصل 1987/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1989 عدد 3 ص 2678والذي جاء فيه " ان التزوير الذي يقع في المحررات الرسمية معاقب عليه ولو لم يرتب عليه ضرر مادي اذ يكفي ان ينشا عنه ضرر ادبي او اجتماعي او احتمال وقوع مثل هذا الضرر لان العبث بالاوراق الرسمية يهدم الثقة بها ويفقدها قيمتها "، وقرار تمييز جزاء رقم 1985/175 فصل 1/1/ 1985 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1985 عدد 3 ص 1006 والذي جاء فيه " 2- ان التزوير في المحررات الرسمية معاقب عليه ولو لم يترتب عليه ضرر مادي بل يكفي ان ينشا عنه ضرر ادبي او اجتماعي يتفق واحكام القانون ذلك ان العبث بالاوراق الرسمية من شانه الاضرار بالمصالح الادبية للدولة لانه يهدم الثقة بهذه الاوراق ويفقدها قيمتها وان مجرد احتمال وقوع ضرر كاف للعقاب على التزوير ولو لم تستعمل الورقة المزورة او تقدم للاحتجاج بها، كما هو ظاهر من المادة (261) من قانون العقوبات التي جعلت =

وقد نصت المادة 260 من قانون العقوبات الاردني صراحة على أن الضرر يعتبر عنصر وركن اساسي من اركان جريمة التزوير، حيث جاء في المادة 260 من قانون العقوبات أن " التزوير هو تحريف مفتعل للحقيقة في الوقائع والبيانات التي يراد إثباتها بصك او مخطوط يحتج بهما، نجم أو يمكن ان ينجم عنه ضرر مادي أو معنوي او اجتماعي"[1].

والسبب في اشتراط توفر عنصر الضرر في جريمة التزوير هو أن القانون الجزائي لا يعاقب على تغيير الحقيقة كفعل مجرد وبشكل مطلق بل يعاقب على تغيير الحقيقة الضار، وبالتالي ولعدم مخالفة هذا المبدأ العام اشترط المشرع الجزائي أن ينتج عن فعل التزوير أو تغيير الحقيقة ضرر سواء بصورته المادية او المعنوية او الاجتماعية.

أما الضرر بحد ذاته فهو كما يعرفه البعض[2] بأنه إهدار لحق أو لمصلحة يحميها القانون نتيجة تغيير حقيقته، ولهذا نجد أن المقصود بالضرر هنا هو الضرر بمعناه الواسع إذ نراه يتحقق في كل تغيير للحقيقة إذا ترتب عليه إهدار لحق معين أو

استعمال الورقة المزورة جريمة مستقلة عن التزوير. وقرار تمييز جزاء رقم 1980/64 فصل 1980/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 9 ص 1291والذي جاء فيه " استقر الفقه والقضاء على ان التزوير الذي يقع في المحررات الرسمية يعتبر تزويرا معاقبا عليه بغير حاجه الى اثبات وقوع الضرر او احتمال وقوعه وذلك لان مجرد تغيير الحقيقة في هذه المحررات يترتب عليه حتى وقوع ضرر اجتماعي وهو العبث بالاوراق العمومية وعدم الثقة بهذه المحررات "، وكذلك انظر بنفس المعنى قرار تمييز جزاء رقم 1977/176 فصل 1977/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1977 عدد 9 ص 1331.

(1) ولقد تاكد هذا النص في العديد من الأحكام القضائية الصادر عن محكمة التمييز الاردنية انظر على سبيل المثال قرار تمييز رقم 1977/246 فصل 1977/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1978 عدد 1 ص 22 والذي جاء فيه " 1. ان جريمة التزوير تتم اذا توافرت ثلاثة شروط أساسية هي: 1- تغيير الحقيقة بإحدى الطرق المنصوص عليها في القانون. 2- توفر القصد الجرمي. 3- حصول الضرر او احتمال حصوله.

2. استقر الفقه والقضاء على ان مجرد احتمال وقوع الضرر كاف للعقاب على التزوير ولو لم تستعمل الورقة المزورة او تقدم للاحتجاج بها، وهذا ظاهر من نص المادة (261) من قانون العقوبات التي جعلت استعمال الورقة المزورة جريمة مستقلة عن التزوير.

(2) بهذا المعنى د. محمد زكي أبو عامر، المرجع السابق، ص 121، وكذلك انظر بنفس المعنى، د. فوزية عبد الستار، المرجع السابق، ص 274.

مصلحة معينة يحميها القانون وبصرف النظر عن شخص صاحب هذا الحق أو تلك المصلحة حيث لا يشترط لقيام التزوير ان يحل الضرر الناتج عنه بشخص معين يقصده المزور بل يكفي أن يحل هذا الضرر بشخص معين أياً ما كان[1].

والضرر بهذا المعنى لا يشترط لقيامه وتوفره كعنصر من عناصر الركن المادي المكون لجريمة التزوير ان يكون على درجة معينة من الجسامة بل ان الضرر البسيط كافٍ لقيام هذا العنصر وبالتالي قيام جريمة التزوير إذا اجتمعت بقية عناصرها واستطاع القاضي المختص استنباط واثبات عنصر الضرر حتى ولو كان بسيطاً وليس على درجة عالية من الجسامة[2].

وعلى ضوء ما تقدم نقرر أنه في كل الأحوال التي يتنفي فيها الضرر تنتفي فيها جريمة التزوير، ولهذا إذا انتفى وجود الحق أو المصلحة محل الحماية القانونية انتفت معه جريمة التزوير حتى ولو تم تغيير حقيقة هذا الحق او تلك المصلحة، فالمدين الذي

---

(1) د. محمد زكي أبو عامر، المرجع السابق، ص 122.

(2) حيث يلتزم القاضي بان يثبت في قضائه بالادانة توافر عنصرالضرر باعتباره عنصر من عناصر الركن المادي وإلا كان حكمه قاصر البيان مستوجباً النقض، وتقدير وجود الضرر هو من المسائل التي يستقل بتقديرها قاضي الموضوع دون تعقيب عليه من محكمة التمييز طالما كان استخلاصه لهذا العنصر استخلاصاً سائغاً ومقبولاً من الناحية القانونية والاجرائية.ولقد جرى قضاء محكمة التمييز الأردنية على هذا المنوال انظر قرار تمييز جزاء رقم 1998/840 فصل1999/2/20 منشور في مجلة نقابة المحامين الاردنيين لسنة 1999 عدد9 ص 3227 والذي جاء فيه "2- لا يشترط في التزوير أن يكون متقنا أو أن يتم بمهارة ودقة بل يكفى في ذلك أن يكون المستند المزور ذا مطهر يمكن أن ينخدع به الناس، كما لا يشترط أن يترتب عليه ضرر مادي ويكفى أن يكون من شانه الأضرار بالمصالح الأدبية والاجتماعية " وكذلك قرار تمييز جزاء رقم 1986/212 فصل 1986/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1989 عدد3 ص 758 والذي جاء فيه "2- من المتفق عليه فقها وقضاء ان القانون لا يشترط للعقاب على التزوير ان يكون متقنا او غير ظاهر. كذلك لا اثر لوضوح التحريف على تحقق جريمة الا اذا ادى هذا الوضوح الى انتفاء الضرر او انتفاء نية التزوير كان يكون القصد من التحريف اتلاف المستند او تشويهه منعا لاستعماله في معرض البينة. فتصبح الجريمة جنحة في حدود المادة (222) من قانون العقوبات " وقرار تمييز جزاء رقم 1980/119 فصل 1980/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1980 عدد11 ص1572 والذي جاء فيه " لا يشترط في التزوير ان يكون متفقا او محكما او ان يتم بمهارة وحذق بل يكفي ان يكون في الامر تشابه يدخل به الغش على الناس وينخدع به الجمهور.

يزور سند الدين من خلال نسبته لشخص لا وجود له او وهمي أو مزعوم لا يكون مرتكباً لجريمة التزوير.

وكذلك لا تزوير أيضاً لإنتفاء عنصر الضرر في الفرض الذي يقوم به المزور باثبات أمر مسلم به أو مفروغ منه، كالمدين الذي يقوم بتزوير سند مخالصة بمواجهة الدائن الذي يكون قد استلم الدين كاملاً.

وكذلك لا تزوير لإنتفاء عنصر الضرر في كل حالة يتم فيها تغيير الحقيقة ويكون ذلك موافقاً لمشيئة ورغبة المزور عليه، كما لا تزوير لإنتفاء عنصر الضرر أخيراً إذا كان تغيير الحقيقة على درجة من الوضوح بحيث لا ينطلي على احد أو لا يخدع به أحد.

وكما لا يهم ولا يشترط لقيام عنصر الضرر أن يكون على درجة عالية من الجسامة فانه لايهم أيضاً وليس بشرط أن يتخذ هذا الضرر صورة معينة فقد يكون هذا الضرر مادياً وقد يكون معنوياً وقد يكون محققاً وقد يكون محتمل الوقوع وقد يكون فردياً وقد يكون اجتماعياً، وهو ما يقودنا للحديث عن صور الضرر.

صور الضرر:

للضرر كعنصر من عناصر الركن المادي لجريمة التزوير العديد من الصور وردت في متن المادة 260 من قانون العقوبات الأردني، وهذه الصور هي الضرر المادي او المعنوي او الاجتماعي، ويضيف الفقه على هذه الصور كل من الضرر المحقق و الضرر الاحتمالي.

1- الضرر المادي والضرر المعنوي:

يتفق الفقهاء[1] على تعريف الضرر المادي بانه ذلك الضرر الذي يصيب الذمة المالية للشخص بمعنى ذلك الضرر الذي يلحق بما لشخص من حقوق وما عليه من

(1) انظر بهذا المعنى، د. محمد زكي أبو عامر، المرجع السابق، ص 122 وما بعدها وكذلك انظر د. عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص 241 وما بعدها.

التزامـات، بحيـث يـؤدي هـذا الـضرر إلى تخفـيض مـستوى الحقـوق وزيـادة مـستوى التزامات.

أمـا الـضرر المعنـوي فهـو ذلـك الـضرر الـذي يلحق بالـشخص في اعتبـاره وشـرفه وكرامته وعرضه[1].

ويعتبر الضرر المادي اوضح أنواع الضرر وأكثرها شيوعاً في جرائم التزوير، وهـو أكثـر وضـوحاً وتـأثيراً في الجـرائم الواقعـة علـى العلامـة التجاريـة خـصوصاً وأن هـذه العلامـة أصـبحت في الآونـة الأخـيرة أهـم وأكـبر قيمـة مـضافة علـى رأسمـال المـشروع وبالتالي، فان تزويرها يرتب دون أدنى شك ضرراً مادياً بالغاً يتمثل على سبيل المثال:

- نفقـات الدعايـة والإعـلان الـتي قـام بهـا مالـك العلامـة التجاريـة مـن أجـل الترويج لبضائعه.
- التأثير على السمعة التجارية لمالك العلامة التجارية أو ملاءته.
- خسارة زبائن مالك العلامة التجارية.
- الحط من قيمة بضائع مالك العلامة التجارية.

وفيمـا يتعلـق بجـرائم التزويـر بـشكل عـام وتزويـر العلامـات التجاريـة خـصوصاً يـستوي أن يكـون الـضرر الحاصـل لمالـك العلامـة التجاريـة الـتي جـرى تزويرهـا سـواء تقليدياً أو معلوماتياً، ضرراً مادياً او معنوياً.

2- الضرر الفردي والضرر الاجتماعي:

عـالجت المادة 260 مـن قـانون العقوبـات موضـوع الـضرر الاجتـاعي كـشرط لا بـد من توفره لقيام جريمة التزوير، فما هو هذا الضرر؟

---

(1) بهذا المعنى استاذنا الـدكتور جـلال ثـروت، المرجـع الـسابق، ص 86حيـث يوضـح أن الـضرر المعنـوي (الأدبـي) يتحقـق عندما تمس مكانة الشخص الاجتماعية في الوسط الذي يحيا فيه أي عندما يمس شرفه واعتباره.

الضرر الاجتماعي يأتي ضد الضرر الفردي بمعنى ذلك الضرر الذي يعتور الذمة المالية للشخص أو مصلحته الأدبية سواء كان هذا الشخص فرداً طبيعياً او شخصاً اعتبارياً كشركة او هيئة أو مؤسسة دون أن يتعدى غيرهما من أشخاص أو مؤسسات فهو إذن ضرر مباشر وخاص بشخص معين أو هيئة أو شركة أو مؤسسة معينة.

والمشرع الجزائي الأردني لم يكتفِ بالضرر الفردي لقيام جريمة التزوير بل أخذ أيضاً بمفهوم الضرر الاجتماعي كمبرر لقيام هذه الجريمة، والضرر الاجتماعي المقصود به هنا هو ذلك الضرر الذي يعتور مصلحة عامة سواء كان ضرراً مادياً او معنوياً بمعنى ذلك الضرر الذي يصيب المجتمع ككل من وراء جريمة التزوير[1].

ومما لا شك فيه ان الضرر الاجتماعي بالمعنى المبين أعلاه يتحقق وبصورة واضحة جلية ونحن بصدد قيام جريمة تزوير العلامة التجارية سواء تم هذا التزوير بصورته التقليدية أو بصورته المعاصرة المتمثلة بالتزوير المعلوماتي، حيث من المقرر ان تغيير حقيقة علامة تجارية مسجلة يؤدي دون ادنى شك إلى الإخلال بمستوى الثقة العامة المقررة للعلامات التجارية المسجلة، وهو ما يشكل ضرراً لا يعاني منه مالك العلامة التجارية فقط بل يعاني منه أيضاً المجتمع ككل ولهذا فإن الضرر الاجتماعي المترتب على جريمة تزوير العلامة التجارية نراه متحقق وبجلاء في هذا الفرض.

وعلى هذا الأساس استقر كل من الفقه والقضاء على اعتبار أن كل تغيير لحقيقة علامة التجارية المسجلة يترتب عليه بالضرورة ضرراً اجتماعياً يتمثل في زعزعة الثقة العامة بالعلامات التجارية المسجلة كما يؤدي إلى وقوع جمهور المستهلكين بالغش والخداع والتدليس والتضليل.

---

(1) انظر تمييز جزاء رقم 1960/45 فصل1960/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1960 عدد 1 ص 212، والذي جاء فيه " 2. ان مجرد تغيير الحقيقة في المحررات الرسمية يترتب عليه حتما حلول الضرر او احتمال حلوله، ذلك لان العبث بالأوراق الرسمية يهدم الثقة بها ويضيع قيمتها وبذلك يكون عنصر الضرر متوفرا في تزويرها.

وعلى ضوء هذا الاستقرار الفقهي والقضائي لا يجبر القاضي الناظر في نزاع متعلق بجريمة تزوير علامة تجارية بإثبات وقوع ضرر فردي لمالك العلامة المزورة، بل يكفيه أن يثبت أن هناك تلاعباً وعبثاً قد اصاب علامة تجارية مسجلة فغير حقيقتها وهو ما يترتب عليه ضرراً اجتماعياً بالغاً يتمثل في إنعدام الثقة العامة ـ أو على الأقل إنخفاض مستواها ـ في العلامات المسجلة رسمياً.

3- الضرر المحقق والضرر الاحتمالي:

لم يشترط المشرع الجزائي الأردني كغيره من المشرعين العرب لقيام جريمة التزوير وجوب تحقق الضرر بالفعل بل يكفي أن يكون الضرر ـ سواء كان مادياً أو معنوياً وسواء كان فردياً أو اجتماعياً ـ محتمل الوقوع[1].

ولهذه الحقيقة اهمية كبيرة تكمن في تحديد وقت توفر الضرر كعنصر من عناصر جريمة التزوير، وهو هنا وقت وقوع التزوير بمعنى وقت حدوث فعل تغيير الحقيقة للعلامة التجارية، وعليه فان جريمة تزوير العلامة التجارية تقع حتى ولو حالت ظروف معينة دون وقوع ضرر بالفعل حيث يكفي أن يكون حدوث الضرر محتمل الوقوع وقت حدوث فعل تغيير الحقيقة في العلامة التجارية.

(1) انظر قرار تمييز جزاء رقم 1958/9 فصل 1958/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1958 عدد ص 179 والذي جاء فيه " 3. لا يشترط لتكوين جريمة التزوير في المحررات الرسمية وقوع ضرر مادي او احتمال وقوعه بل يعتبر الفعل معاقبا ولو لم يقع مثل هذا الضرر، اذ ان الضرر يعتبر في مثل هذه الحالة ضررا اجتماعيا لان كل تغيير للحقيقة في هذه الأوراق الرسمية من شانه ان يزعزع اطمئنان الناس اليها وثقتهم بها وينقص من قوتها التدليلية باعتبارها ذات طابع خاص تحمل بذاتها الدليل على صدق ما دون فيها من جانب الموظف العمومي الذي حررها.

الفصل الثالث
الركن المعنوي لجريمة تزوير العلامة التجارية ومدى انطباقه على التزوير المعلوماتي

يظهر الركن المعنوي لجريمة تزوير العلامة التجارية في صورة الاحتيال بمعنى لزوم ان يتوفر لدى الفاعل في هذه الجريمة نية التحايل والخداع، حيث لا تقع جريمة تزوير العلامة التجارية إلا إذا تمت بسوء نية أما إذا تمت بحسن نية فلا عقاب عليها وذلك على اعتبار أن تزوير العلامة التجارية لا تقع إلا تحقيقاً لهدفين لا ثالث لهما، يتمثل أولهما، في مجرد التعدي على العلامة التجارية ذاتها، بينما يتمثل الثاني في النية السيئة في خداع المستهلك وتضليله[1].

والمقصود بالخداع والتحايل[2] المشكل للركن المعنوي لجريمة تزوير العلامة التجارية هو إيقاع المستهلك في غلط بشأن البضاعة أو الخدمة أو السلعة التي تحمل العلامة التجارية وذلك من خلال استعمال طرق احتيالية تدفع هذا المستهلك إلى الإقدام على اقتناء هذه البضاعة أو السلعة أو الخدمة.

وعليه نقرر أن الركن المعنوي في جريمة تزوير العلامة التجارية والمتمثل في نية الاحتيال أو الخداع، يعتبر من الأركان المفترضة والذي يمكن استخلاصه من مجموعة من القرائن والوقائع خصوصاً إذا كان المزور هنا تاجراً حيث يعتبر سوء النية لديه مفروض وليس مشروط.

---

(1) انظر بهذا المعنى، د. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، سنة 2000، ص403.

(2) انظر بهذا المعنى، د. عبد الحكم فودة، جرائم الغش التجاري والصناعي، منشأة المعارف، سنة 1996، ص 13 وما بعدها.

وطالما أن نية الاحتيال المشكلة للركن المعنوي لجريمة تزوير العلامة التجارية تعتبر من قبيل الأركان المفترضة فان هذا يجعل هذه الجريمة من قبيل الجرائم القصدية التي يلزم لقيامها قانوناً توفر القصد الجنائي لدى المزور ليس بشكله العام فقط بل لا بد ان يكون هذا القصد متوفر بشكله الخاص، فما هو القصد العام في جريمة تزوير العلامة التجارية وما هو القصد الخاص في هذه الجريمة؟؟.

القصد العام:

يتمثل هذا القصد في توفر إرادة النشاط الجرمي (فعل التزوير) لدى الفاعل (المزور) مع علمه الكامل بكافة عناصر وأركان هذا النشاط[1]، وبتطبيق ما تقدم على جريمة تزويرعلامة تجارية مسجلة نرى ان هذا القصد يظهر متى توفر لدى المزور إرادة القيام بفعل تغيير الحقيقة مع علمه الأكيد بأن تغيير الحقيقة هذا يتم على علامة تجارية مسجلة رسمياً ومن خلال إحدى الطرق والوسائل المنصوص عليها في القانون وأن من شأن هذا التغيير في حقيقة هذه العلامة يترتب عليه ضرراً معيناً حتى ولو كان هذا الضرر احتمالياً وليس محققاً وعاما وليس خاصاً.

وعليه يلزم أولاً أن تتوفر لدى المزور إرادة القيام بتغيير حقيقة العلامة التجارية المسجلة ومعنى ذلك أن يكون هذا المزور عالماً تماماً بحقيقة العلامة التجارية المسجلة، فإذا لم يكن عالماً بكنه هذه الحقيقة فلا يمكننا القول ـ بداهة ـ بأن لديه نية أو إرادة تغييرها، مع الأخذ بعين الاعتبار أن العلامة التجارية المسجلة تعتبر من الوقائع الثابتة والمفترضة بحق الجميع على أساس أن العلامة التجارية المسجلة يتم نشرها في الجريدة الرسمية والتي تعتبر النشرة الرسمية الصادرة عن مجلس الوزراء والمتضمنة

(1) انظر قرار تمييز جزاء رقم 1967/81 فصل 1967/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1967 عدد 1 ص 1312 والذي جاء فيه " استقر الفقه والقضاء الجنائي على انه لا يكفي للعقاب على التزوير أن يكون تغيير الحقيقة قد أرتكب على علم وإرادة وهو القصد العام بل يجب أن يرتكب بسوء نية وهو ما يسمى بالقصد الخاص".

لكافة القوانين والاعلانات الحكومية التي ترغب الدولة في إعلام الناس بها والتي من ضمنها إثبات واقعة تسجيل العلامات التجارية رسمياً.

ومجرد تمام عملية النشر في الجريدة الرسمية تصبح العلامة التجارية مسجلة رسمياً وبالتالي لا يجوز أي شخص الاعتذار بالجهل بواقعة تسجيلها حيث أن هذا الاعتذار لا يقبل كمبرر لارتكاب جريمة تزوير هذه العلامة، حيث أن واقعة سوء النية في المعاملات التجارية تعتبر من قبيل الأمور والمفروضة وليست المشروطة، بمعنى أن التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة يفترض به علمه بواقعة العلامات التجارية المسجلة فإذا قام بتزويرها يعتبر عندئذ سيء النية ولا يطلب من المعتدى عليه (مالك العلامة التجارية) إثبات سوء نية المعتدي لأن سوء النية في هذه الأحوال تعتبر من الأمور المفروضة وليست المشروطة.

كما يلزم ثانياً أن يعلم المزور تمام العلم - بالاضافة لعنصر إرادة تغيير الحقيقة - ببقية عناصر وأركان جريمة تزوير العلامة التجارية، حيث يجب أن يعلم بأنه يغير حقيقة علامة تجارية مسجلة، وانه يقوم بهذا التزوير بإحدى الطرق والوسائل المقررة قانوناً كاصطناع أو غصب أو حفر أو طبع أو لصق هذه العلامة المسجلة باسم شخص آخر ومن ثم استعمالها دون وجه حق على منتجات أخرى، وفي هذا الصدد نقرر أن علم المزور بوسائل وطرق التزوير هذه يعتبر من الأمور المفترضة أيضاً حيث لا يستطيع المزور الاعتذار بجهله بهذه الوسائل كونها منصوص عليها في متن النصوص الجزائية المنظمة لجريمة التزوير سواء في قانون العقوبات او قانون العلامات التجارية.

ويلزم ثالثاً وأخيراً أن يعلم المزور بان قيامه بتزوير العلامة التجارية المسجلة سيؤدي بالضرورة إلى إحداث ضرر بمالكها وبالمستهلكين حتى ولو كان هذا الضرر غير محقق بعد إذ يكفي أن يكون احتمالياً.

خلاصة ما تقدم أنه يجب ان يثبت لدى المحكمة علم المزور ويقينه التام بأنه قام بتغيير حقيقة علامة تجارية مسجلة بإحدى وسائل التزوير المنصوص عليها قانوناً وان من شأن هذا التزوير إحداث ضرر سواء كان هذا الضرر عاماً أو خاصاً وسواء كان هذا الضرر واقعاً بالفعل أو كان إحتمالي الوقوع.

القصد الخاص:

لا يكفي لقيام جريمة تزوير العلامة التجارية أن يتوفر لدى المزور القصد العام وحده بمعنى إرادة تغيير الحقيقة مع العلم بكافة عناصر الركن المادي وإنما يلزم بالاضافة إلى ذلك أن يتوفر لدى هذا المزور القصد الخاص بمعنى اتجاه إرادته إلى تحقيق غاية معينة من ارتكاب الركن المادي لجريمة تزوير العلامة التجارية المسجلة[1].

وليس هناك اتفاق فقهي حول تحديد ماهية القصد الخاص، ودون الدخول في غياهب هذا الخلاف الفقهي نقرر أن الراجح في هذا الصدد هو ان القصد الخاص اللازم توفره حتى نكون أمام جريمة تزوير علامة تجارية مسجلة يتمثل في اتجاه نية المزور - لحظة ارتكاب فعل تغيير حقيقة هذه العلامة - إلى استعمال هذه العلامة المزورة استعمالاً يحقق الغاية التي ينشدها المزور من وراء فعل التزوير.

وهذا يعني أن يتم استعمال العلامة التجارية المزورة من قبل المزور على بضائع أو سلع أو منتجات أو خدمات أخرى غير تلك التي تم استعمال العلامة التجارية من قبل عليها، وبالتالي تحقيق مصلحة معينة للمزور بصرف النظر عن ماهية هذه المصلحة او طبيعتها.

---

(1) ولقد تواتر اجتهاد قضاء محكمة التمييز الأردنية على هذا المنوال انظر للتأكد من ذلك قرار تمييز جنائي رقم 1987/72 فصل1987/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1989 عدد 3 ص 3159 والذي جاء فيه "1- ان جريمة التزوير تتطلب قصدا خاصا يتمثل في استعمال المحرر المزور فيما زور لأجله." وكذلك قرار تمييز رقم 1966/119 فصل 1966/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الاردنيين لسنة 1967 عدد2 ص 78 وكذلك 1964/119 فصل1964/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1967 عدد 1 ص 78.

وعلى ضوء ما تقدم نقرر أنه يلزم لقيام القصد الخاص أن يتوفر لدى المزور نية استعمال العلامة التجارية المسجلة رسمياً لتحقيق الغرض الذي تم تزويرها من أجله كحفرها على بضائع مختلفة أو سلع مغايرة أو خدمات أخرى غير تلك البضائع أو السلع أو الخدمات التي تم استعمالها أو تسجيلها من أجلها من قبل.

والهدف من ربط قيام القصد الخاص في جريمة تزوير العلامة التجارية بتوفر نية استعمالها هو لأن التزوير ـ كجريمة ـ لا يشكل خطورة اجتماعية تستأهل المجازاة والمسؤولية القانونية والعقابية إلا إذا تم هذا التزوير بنية استعمال العلامة التجارية المسجلة بعد تزويرها استعمالاً غير مشروع يضلل الجمهور ويجعلهم عرضة للتدليس والخداع كما يعدم لديهم ثقتهم في العلامة التجارية المسجلة رسمياً.

ويشترط لصحة قيام القصد الخاص في جريمة تزوير العلامة التجارية أن يتوفر هذا القصد بمعناه المتقدم لحظة ارتكاب فعل تغيير الحقيقة وليس بعدها، ولهذا نقرر أن جريمة تزوير العلامة التجارية لا تقوم متى لم يتوفر القصد الجنائي الخاص لحظة القيام بتزويرها حتى ولو توفر هذا القصد بعد ذلك حيث يجب أن يتزامن وجود القصد الخاص لدى المزور لحظة ارتكابه للركن المادي المكون لجريمة التزوير.

وكذلك يشترط لصحة قيام القصد الخاص أيضاً أن يتم استعمال العلامة المزورة فيما تم تزويرها من أجله، فإذا لم يحقق هذا الاستعمال لا تقوم الجريمة وذلك بسبب انتفاء القصد الخاص، وتاكيداً لذلك نقرر أن تزوير العلامة لغاية إثبات قدرة المزورعلى ذلك مثلاً أو من أجل المزاح مع مالكها أو غير ذلك من الأسباب لا تقوم معها جريمة التزوير وذلك لإنتفاء النية في استعمال العلامة التجارية المزورة فيما زورت من أجله.

ومن نافلة القول بان مسألة ثبوت توفر القصد الجنائي الخاص لدى المزور من عدمها تعتبر من المسائل الموضوعية التي يستقل ببيانها وإثباتها قاضي الموضوع وله ان

يستخلص وجودها من خلال الأدلة والقرائن المعروضة أمامه دون أن يكون عليه مراقبة أو محاسبة من قبل محكمة التمييز طالما أن استخلاصه لهذا القصد كان استخلاصاً سائغاً.

الفصل الرابع
عقوبة جريمة تزوير العلامة التجارية

لقد استعرضنا قبل قليل أركان قيام جريمة التزوير ووجدنا أن هذه الأركان تنطبق بالنسبة لتزوير العلامة التجارية سواء بشكلها التقليدي أو بشكلها المعلوماتي، سواء من جهة الشروط الواجب توفرها في المحرر محل جريمة التزوير حيث وجدنا ان هذه الشروط تتوفر في العلامة التجارية التي هي محل جريمة التزوير، او من جهة الركن المادي وهو فعل تغيير الحقيقة حيث وجدنا ان هذا الفعل يتوفر في معرض التصدي لجريمة تزوير العلامة التجارية سواء كان هذا التزوير تقليدياً أو معلوماتياً، أو من جهة الركن المعنوي والمتمثل في النية الجرمية واشتراط توفرها لقيام جريمة التزوير حيث لا بد من توفر هذه النية لدى مزور العلامة التجارية، أو من جهة ركن الضرر أخيراً سواء كان فردياً أو مجتمعياً حالاً أو محتمل الحدوث، مادياً او معنوياً حيث أن هذا الركن يظهر بوضوح في تزوير العلامة التجارية التي تعتبر الآن من اهم القيم المضافة على رأسمال المشروع التجاري أو الصناعي أو الخدماتي الذي يحمل هذه العلامة.

والحديث عن أركان جريمة معينة وتحليلها لا بد أن يكتمل بالحديث عن العقوبة المقررة لهذه الجريمة، ومن هنا سوف نستعرض في هذا الفصل العقوبة المقررة قانوناً لجريمة تزوير العلامة التجارية.

وابتداءً لا بد من الإشارة إلى نقطتين:

الاولى: أن التزوير هو التزوير ولم يتغير ولم يتبدل والذي تبدل وتغير هو وسيلة القيام به فقط، فالتزوير بالطرق التقليدية المعروفة هو نفسه التزوير بالطرق الحديثة او المعلوماتية من جهة قيامه وأركانه، أما من جهة وسائله وطرقه فهي فقط التي تغيرت فبدلاً من تغيير حقيقة المحررات أو المستندات او البيانات او العلامات بالوسائل التقليدية

المعروفة، أصبح تغيير حقيقة هذه المحررات أو المستندات أو البيانات أو العلامات يتم من خلال الوسائل المعلوماتية كأجهزة الحاسوب وغيرها من الآلات الحديثة والمعاصرة كالناسخ والطابعة والماسح وغيرها من وسائل اتفقنا على تسميتها بالوسائل المعلوماتية وتسمية التزوير الحاصل من خلالها بالتزوير المعلوماتي.

الثانية: أن نصوص التجريم الحالية الخاصة بجريمة تزوير العلامة التجارية هي كما كانت من قبل والمتمثلة في كل من نص المادة 38 من قانون العلامات التجارية والمادة 3 من قانون علامات البضائع، وهنا لا بد من التساؤل حول مدى شمولهما لكل من التزوير التقليدي والتزوير المعلوماتي، سيما وأنهما موجودتان قبل أن يظهر مصطلح المعلوماتية وما نتج عنه من ظهور لمصطلح التزوير المعلوماتي بعقود طويلة؟؟!

أما النقطة الأولى فبالفعل لا يمكننا الزعم بأن جريمة جديدة قد ظهرت إلى الوجود ولم تكن معروفة من قبل وهي جريمة التزوير المعلوماتي، فالتزوير كان وسيبقى دائماً هو التزوير بمعناه المعروف بالنسبة لنا جميعاً والمتمثل في أي فعل لتغيير حقيقة محرر أو مستند او بيان او علامة، وكل ما تغير هو مجرد وسيلة أو أداة القيام بهذه الجريمة والتي نظراً لكونها متأتية من قلب المعلوماتية وثورة الاتصالات والتكنولوجيا أسميناها بالوسائل المعلوماتية، وهذا يعني ان التزوير ثابت والمتغير هو الأداة أو الوسيلة التي تم من خلالها القيام بهذا التزوير.

وأما النقطة الثانية، فصحيح ان نصوص التجريم الخاصة بجريمة التزوير كما هي منذ عقود طويلة، إلا أن القارئ والمتمعن بها يرى على الفور ان صياغتها تمت بصورة تجعلها قابلة للتطبيق على كل تزوير بصرف النظر عن وسيلته أو أداته، حيث استخدم المشرع الجزائي الأردني كلمة (زور) بصيغة الماضي وأسلوب مجرد حيث لم يقرنها بوسيلة معينة من وسائل التزوير، ولهذا نرى أنه لا غضاضة من انطباق نص المادة 38 من قانون العقوبات الأردني وكذلك نص المادة 3 من قانون علامات البضائع على التزوير بصورته المعلوماتية.

وبناءً على هاتين النقطتين نقرر أن العقوبة المقررة للتزوير المعلوماتي في ظل نصوص التجريم الحالية والمشار إليها أعلاه هي نفسها العقوبة المقررة للتزوير التقليدي والمتمثلة في ما يلي:

1- طبقاً لنص المادة 38 من قانون العلامات التجارية[1]:

تنص المادة 38 من قانون العلامات التجارية الأردني على:

"1- يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر ولا تتجاوز سنة واحدة أو بغرامة لا تقل عن مائة دينار ولا تتجاوز ثلاثة آلاف دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين كل من ارتكب بقصد الغش فعلاً من الأفعال التالية: أ ـ زور علامة تجارية مسجلة وفقاً لأحكام هذا القانون، أو قلدها بطريقة تؤدي إلى تضليل الجمهور، أو وسم داخل المملكة علامة تجارية مزورة أو مقلدة على ذات الصنف من البضائع التي سجلت العلامة التجارية من أجلها. ب ـ استعمل دون حق علامة تجارية يملكها الغير على الصنف ذاته من البضاعة التي سجلت العلامة التجارية من أجلها، ج ـ باع أو اقتنى بقصد البيع أو عرض بضاعة تحمل علامة تجارية يعتبر استعمالها جرماً بمقتضى البندين (أ) و(ب) من هذه الفقرة وكان لديه علم مسبق بذلك.

2- بالرغم مما ورد في الفقرة (1) من هذه المادة يعاقب الأشخاص الذين يبيعون أو يعرضون للبيع أو يقتنون بقصد البيع بضاعة تحمل علامة تجارية يعتبر استعمالها جرماً بمقتضى البندين (أ) و (ب) من الفقرة (1) من هذه المادة بغرامة لا تقل عن خمسين ديناراً ولا تتجاوز خمسمائة دينار.

3- تسري أحكام الفقرة (1) من هذه المادة على كل من شرع في ارتكاب أي فعل من الأفعال المنصوص عليها في هذه الفقرة أو ساعد أو حرض على ارتكابها".

---

(1) يسمى هذا القانون بالكامل قانون العلامات التجارية وتعديلاته رقم 33 لسنة 1952 وهو منشور على الصفحة 243 من عدد الجريدة الرسمية رقم 1110 تاريخ 1952/6/1.

وبناءً على النص السابق نجد أن هذه المادة تعاقب كل من ثبت انه اقترف جريمة تزوير العلامة التجارية المسجلة بالحبس لمدة تتراوح ما بين الثلاثة اشهر والسنة الواحدة أو بالغرامة التي لا تقل عن مائة دينار ولا تتجاوز الثلاثة آلاف دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين.

وهذا العقاب لا يشمل الفاعل فقط بل ينال أيضا كل من تسبب أو تدخل أو حرض على اقتراف إحدى هذه الجرائم، إلا إذا ثبت انه كان مستخدماً نيابة عن أشخاص آخرين ولا مصلحة له في البضائع المستعمل لها علامة تجارية مسجلة من قبل، أو إذا لم يكن لديه حين وقوع الجرم المسند إليه ما يدعوه للاشتباه بصحة العلامة التجارية، أو قام باتخاذ كافة الاحتياطيات اللازمة لتجنب هذا الجرم، أو إذا زود من استعملت علامته المسجلة استعمالا باطلا بكل ما لديه من معلومات عن الأشخاص الذي استعملت العلامة التجارية لصالحهم، ويقع عبء إثبات ذلك على عاتق المسند إليه جرم الاعتداء على العلامة التجارية أو على الأقل المتدخل في حدوث ذلك.

وهذا العقاب ليس قاصراً على القيام بفعل التزوير بالفعل بل ينال أيضاً مجرد الشروع في هذا التزوير.

ولا يقتصر عقاب المزور على الحبس أو الغرامة أو كليهما فقط بل للمحكمة اتخاذ بعض العقوبات التكميلية بحقه كالمصادرة والإتلاف[1] حيث تنص المادة 39 من قانون العلامات التجارية على:

"1- لمالك العلامة التجارية المسجلة في المملكة عند إقامة دعواه المدنية أو الجزائية أثناء النظر فيها أن يطلب من المحكمة ما يلي: على أن يكون طلبه مشفوعاً بكفالة مصرفية أو نقدية تقبلها المحكمة أ – وقف التعدي. ب – للحجز التحفظي على البضائع التي ارتكب التعدي بشأنها أينما وجدت. ج – المحافظة على الأدلة ذات الصلة بالتعدي.

(1) قرار تمييز رقم 85/72 ، مجلة نقابة المحامين ، سنة 1985 ، ص605 وما بعدها.

2- أ – لمالك العلامة التجارية المدعى بالتعدي قبل إقامة دعواه المدنية أو الجزائية أن يطلب من المحكمة اتخاذ أي من الإجراءات المنصوص عليها في الفقرة (1) من هذه المادة دون تبليغ اتخاذ المستدعي ضده إذا ثبت أنه مالك الحق في العلامة التجارية وأن حقوقه قد تم التعدي عليها أو أن التعدي قد أصبح وشيكاً ومن المحتمل أن يلحق به ضرراً يتعذر تداركه في حال وقوعه، أو يخشى من اختفاء دليل أو إتلافه، على أن تكون الطلبات مشفوعة بكفالة مصرفية أو نقدية تقبلها المحكمة، ويحق للمدعى عليه أو المشتكى عليه حسب الأحوال أن يعترض على هذا القرار خلال ثمانية أيام من تاريخ تبلغه أو تفهمه لهذا القرار، ب – إذا لم يقم مالك العلامة التجارية دعواه خلال ثمانية أيام من تاريخ إجابة المحكمة لطلبه فتعتبر جميع الإجراءات المتخذة بهذا الشأن ملغاة.

3- للمدعى عليه أو المستدعى ضده أن يطالب بتعويض عادل إذا ثبت بنتيجة الدعوى أن المدعي غير محق في دعواه أو أنه لم يقم بتسجيل دعواه خلال المدة المقررة.

4- للمحكمة أن تقرر مصادرة البضائع ومواد الرزم واللف والإعلان واللوحات والأختام وغير ذلك من الأدوات المستعملة بصورة رئيسية في طبع العلامة التجارية على البضائع أو التي فعل التعدي بها أو نشأ منها. وللمحكمة أن تأمر بإتلاف أو التصرف بها في غير الأغراض التجارية".

2- طبقاً لنص المادة 3 من قانون البضائع الأردني[1]:

تنص المادة 3 من قانون البضائع الأردني رقم 19 لسنة 1953على:

"1- كل من: أ. زور علامة تجارية، أو ب. استعمل للبضائع استعمالاً باطلاً علامة تجارية أو علامة أخرى قريبة الشبه من علامة تجارية بصورة تؤدي إلى الانخداع، أو ج.

(1) ويسمى هذا القانون بالكامل قانون علامات البضائع رقم 19 لسنة 1953 وهو المنشور على الصفحة (486) من عدد الجريد ة الرسمية رقم (1131) الصادر بتاريخ 1953/01/17م.

استعمل للبضائع أي وصف تجاري زائف، أو د- تسبب في إجراء أحد الأفعال المذكورة في هذه المادة. يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنة واحدة أو بغرامة لا تزيد على مائة دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين ما لم يثبت انه قد فعل ذلك بدون قصد الاحتيال.

2- كل من باع بضائع أو أشياء استعملت لها علامة تجارية مزورة أو وصف تجاري زائف أو عرضها للبيع أو أحرزها بقصد البيع أو لأية غاية من غايات التجارة أو الصناعة أو استعمل استعمالاً باطلاً أية علامة تجارية أو علامة قريبة الشبه من علامة تجارية أخرى بصورة تؤدي إلى الانخداع ما لم يثبت:

أ. أنه لم يكن لديه حين وقوع الجرم المسند إليه ما يعدوه للاشتباه بصحة تلك العلامة التجارية أو العلامة الأخرى أو الوصف التجاري وأنه اتخذ جميع الاحتياطات المعقولة لاجتناب ارتكاب أي جرم خلافاً لهذا القانون، أو

ب. انه أعطى جميع ما لديه من المعلومات عن الأشخاص الذين استلم منهم تلك البضائع أو الأشياء عندما طلب إليه ذلك المشتكي أو من ينوب عنه، و

ج. أنه بالإضافة إلى ذلك قام بما فعله بنية حسنة. يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في الفقرة (1) من هذه المادة".

وهذا النص واضح الدلالة في تجريم ومعاقبة كل من يزور علامة تجارية بصرف النظر بالطبع عن وسيلة هذا التزوير، حيث يعاقب مثل هذا المزور بالحبس لمدة لا تزيد عن سنة واحدة أو بغرامة لا تزيد على مائة دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين.

أما المقصود بالتزوير العلامة التجارية وفقاً لهذا القانون فقد أوضحته المادة 5 منه حيث ورد فيها "يعتبر الشخص بأنه زور علامة تجارية:

أ. إذا صنع تلك العلامة التجارية أو أية علامة قريبة الشبه منه بصورة تؤدي إلى الانخداع بدون موافقة صاحبها، أو

ب. إذا زور أية علامة تجارية حقيقية سواء بتغييرها أم بالإضافة إليها أم بتشويهها أو بغير ذلك. ويشار في هذا القانون إلى كل علامة تجارية أو علامة صنعت أو زورت على هذه الصورة أنها علامة تجارية مزورة. ويشترط في ذلك أن تقع بينة إثبات موافقة

صاحب هذه العلامة في جميع المحاكمات الجارية بشأن تزوير العلامة التجارية على المتهم".

والملاحظ على موقف المشرع الأردني في هذا النص هو ضحالة العقوبة المقررة قياساً مع جسامة الفعل المرتكب على اعتبار اننا اتفقنا على أن العلامة التجارية اصبحت في الاونة الأخيرة من أهم القيم المضافة على رأسمال أي مشروع يحمل هذه العلامة، ومن هنا ندعو مشرعنا إلى ضرورة إعادة النظر في عقوبة تزويرالعلامة التجارية، سيما وانه قد عدل من المادة الشقيقة لهذه المادة وهي المادة 38 من قانون العلامات التجارية.

ولا يقتصر عقاب قانون علامات البضائع على الحبس والغرامة وفقاً للمادة 3 فقط بل أن هذا القانون قد سمح باتخاذ بعض العقوبات التكميلية بحق المزور كالمصادرة والاتلاف وعلى ذلك تنص المادة 4 من هذا القانون حيث ورد فيها أنه " إذا أدين شخص بارتكاب جرم بمقتضى هذا القانون تصادر كل مادة أو آلة أو أداة ارتكب الجرم بواسطتها ولها علاقة بارتكابه".

كما يسمح قانون علامات البضائع أيضاً باتخاذ بعض الاجراءات التحفظية من قبل من مالك العلامة التجارية التي تم تزويرها كالتفتيش وعمل محضر تفصيلي[1] وتوقيع الحجز[2].

وختاماً لهذا الفصل لا بد من التذكير بأن المحكمة المختصة في نظر كافة الجرائم الواقعة على العلامات التجارية هو محكمة الصلح وذلك كأختصاص نوعي ممنوح لمحاكم الصلح تحديداً للنظر والفصل وتحديد المجازاة القانونية في كل جرائم العلامات التجارية والتي من ضمنها بالطبع جريمة تزوير العلامة التجارية.

---

(1) يتضمن سرداً للآلات والأدوات والأجهزة التي أستخدمت في ارتكاب جريمة تزوير العلامة التجارية وكذلك سرداً للسلع والبضائع والأوراق والأغلفة ومخرجات الحاسوب التي تم وضع العلامة التجارية بعد تزويرها عليها.

(2) ويتم توقيع الحجز على كل أو بعض ما هو مذكور في الهامش السابق ، ولكن يلتزم طالب الحجز هنا بتقديم كفالة يقدرها قاضي الموضوعوهي كفالة عطل وضرر كما يلتزم طالب الحجز بالقيام برفع دعواه الموضوعية أمام المحكمة المختصة خلال مدة اقصاها 8 ايام وإلا اعتبر الحجز كأن لم يكن فيلفى .

ومن الجدير ذكره ان قانون العلامات التجارية وقانون علامات البضائع لم يتضمنان تبياناً معيناً للأصول القانونية الواجبة الاتباع بخصوص جرائم العلامات التجارية وبالتالي لا بد من الخضوع للأصول العامة التي يتضمنها قانون محاكم الصلح رقم (15) لسنة 1952[1] والقانون المعدل رقم 25 لسنة 1988[2] في صيغته المعدلة موجب القانون رقم 13 لسنة 2001[3] وقانون أصول المحاكمات الجزائية رقم 9 لسنة 1961.

كما يجدر الذكر أيضاً أن المحكمة المختصة لها مطلق الحرية في إثبات جريمة تزوير او استعمال علامة تجارية مزورة طبقاً لنص المادة 38 من قانون العلامات التجارية او المادة 3 من قانون علامات البضائع حيث لها اتباع واتخاذ ما تراه مناسباً لإثبات هذه الجريمة أو تلك ودون معقب عليها من محكمة التمييز طالما ان استخلاصها وإثباتها لقيام هذه الجريمة أو تلك هو استخلاصاً سائغاً ومقبولاً من الناحية القانونية والاجرائية وعلى هذا جرى العمل القضائي في الأردن[4].

وكذلك يجدر التذكير اخيراً ونحن في معرض التصدي لجرائم العلامات التجارية هو أن هذه الجرائم مربوطة بمدة تقادم فإذا لم ترفع خلالها سقطت بحيث لا تقبل وعلى ذلك تنص المادة 12 من قانون علامات البضائع حيث ورد فيها " لا تقبل شكوى عن جرم ارتكب بمقتضى هذا القانون بعد مرور ثلاث سنوات على ارتكابه او سنة واحدة على اكتشافه لأول مرة من قبل المشتكي وتعتبر في ذلك المدة التي تنقضي أولاً".

---

(1) نشر هذا القانون في الصفحة رقم (135) من العدد (1102) من الجريدة الرسمية الصادر بتاريخ 1952/03/16م.

(2) نشر هذا القانون في الصفحة رقم (816) من العدد (3545) من الجريدة الرسمية الصادر بتاريخ 1988/04/02م.

(3) نشر هذا القانون في الصفحة رقم (1249) من العدد (4480) من الجريدة الرسمية الصادر بتاريخ 2001/03/18م، ويعمل به اعتباراً من 2001/03/18م.

(4) انظر قرار تمييز جزاء رقم 1978/46 فصل 1978/1/1 منشور في محلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1978 عدد 6 ص 748 والذي جاء فيه " 1. انه وان كانت محكمة الموضوع بالبينة لا تخضع لرقابه محكمة التمييز الا ان لهذه المحكمة ان تراقبها من حيث اعتبار الدليل دليلا قانونيا ام لا لان هذه المسالة تتعلق بالتطبيقات القانونية وليس من الامور الواقعية. 2. ان القانون لم ينص على وجوب اتباع طريقه معينه لإثبات جريمة التزوير فللقاضي ان يكون قناعته من الادلة الواردة في الدعوى سواء اكانت شهادة شهود او كتابه او القرائن او الاعتراف والمعاينة والخبرة دون التقيد في طريقه معينه او نوع معين من البينات" وكذلك انظر قرار تمييز جزاء رقم 1958/9 فصل 1958/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1958 عدد 1 ص 179 والذي جاء فيه " إن مسألة تقدير الأدلة من الأمور العائدة لمحكمة الموضوع لا رقابة للتمييز عليها في ذلك".

الفصل الخامس
جريمة استعمال العلامة التجارية المزورة معلوماتياً

تعتبر جريمة استعمال العلامة التجارية المزورة جريمة مستقلة تماماً عن جريمة تزوير العلامة التجارية سواء كان هذا التزوير تزويراً بالمعنى التقليدي لفعل التزوير أم كان تزويراً معلوماتياً (التزوير المعاصر)[1].

وتأكيداً على ما تقدم نجد ان المشرع الأردني قد عاقب على جريمة استعمال العلامة التجارية استعمالاً باطلاً في نص المادة 3 من قانون علامات البضائع والتي تنص على " كل من.... استعمل للبضائع استعمالاً باطلاً علامة تجارية او علامة أخرى قريبة الشبه من علامة بصورة تؤدي غلى الإنخداع.. يعاقب بالحبس... ما لم يثبت انه قد فعل ذلك بدون قصد الاحتيال".

---

(1) استقر القضاء الأردني على النظر إلى كل من جريمة تزوير العلامة التجارية وجريمة استعمال العلامة التجارية المزورة كجريمتين مستقلتين تماماً، انظر في هذا المعنى قرار تمييز جزاء رقم 1994/356 فصل 1994/9/29 منشور في نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1995 عدد1 ص 1472 والذي جاء فيه " 1- يختلف جرم التزوير في طبيعته عن جرم استعمال المزور فالأول من الجرائم الوقتية والثاني من الجرائم المستمرة في اغلب حالاته مما يؤدي الى اختلاف سريان التقادم بالنسبة لهما، وكذلك انظر قرار تمييز جزاء رقم 1999/157 فصل 1999/4/29 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1999 عدد 12 ص 4125 والذي جاء فس فقرته الثانية " 2- تعتبر جريمة التزوير وجريمة استعمال مزور جريمتين منفصلتين ومستقلتين عن بعضهما ولكل منهما أركان خاصة وعقاب خاص الا إذا كان المزور هو الذي استعمل الورقة التي زورها فان الاستعمال في هذه الحالة يندمج مع التزوير ولا ينظر اليه كجريمة مستقلة إذ أن استعمال المزور هو نتيجة لتزويرها ولا يكون الفعلان إلا تنفيذ القصد جنائي واحد، وحيث أن المادة (291/1) من قانون أصول المحاكمات الجزائية حددت أسباب النقض بأمر خطى بمخالفة القانون أو صدور حكم أو قرار في الدعوى مخالف للقانون، كما لو كانت البينات التي استندت أليها محكمة الموضوع لا تؤدي إلى النتيجة التي انتهت إليها المحكمة، مما يدخل في مفهوم مخالفة القانون ويسمح لمحكمة التمييز بالرقابة على محكمة الموضوع في وزنها للبينة واستخلاص النتيجة منها وحيث أن النتيجة التي توصلت إليها المحكمة في حكمها المميز ليست سائغة وصحيحة في ضوء البينات التي اعتمدتها وهى تجريم المميز بجنايتى التزوير واستعمال المزور مخالفة للقانون ويكون قرارها مستوجب النقض.

وأول ما يلاحظ على النص المتقدم هو ان المشرع الأردني استعمل اسلوباً مطاطياً في الدلالة على استعمال العلامة التجارية، فاستعمال عبارة "استعمالاً باطلاً.." يدل على أن هذا الاستعمال يمكن أن يكون استعمالاً تقليدياً كما قد يكون ايضاً استعمالاً عصرياً أو معلوماتياً، وعلى هذا نقرر أن المادة 3 المشار اليها اعلاه تنظم كافة اشكال الاستعمال الباطل للعلامة التجارية بما فيها الشكل المعلوماتي الحديث، ولهذا نجد ان جريمة الاستعمال الباطل للعلامة المزورة معلوماتياً مقننة ومنصوص عليها في القانون.

أركان جريمة استعمال العلامة التجارية المزورة:

لجريمة استعمال العلامة التجارية المزورة معلوماتياً شأنها في ذلك شأن كافة الجرائم ركنين، إحدهما مادي والآخر معنوي.

اولاً: الركن المادي

يتمثل في فعل الاستعمال بحد ذاته والمتمثل في استعمال على وجه غير مشروع لعلامة تجارية مزورة معلوماتياً بحيث يؤدي هذا الاستعمال إلى التدليس والتضليل والخداع فإذا لم يكن الاستعمال بهذا المعنى فلا عقوبة على هذا الاستعمال[1].

وهذا الاستعمال قد يكون بصورة مباشرة كأن يقوم المزور هنا بوضع العلامة التجاري المزورة معلوماتياً على منتجاته وبضائعه المعلن عنها من خلال موقعه الالكتروني، وهو ما يعرف بالقص وإعادة اللصق دون وجه حق.

كما قد يكون هذا الاستعمال بصورة غير مباشرة كأن يقوم المزور هنا بوضع العلامة المزورة ليس على المنتجات الخاصة به بل على الاشياء المستخدمة للدعاية أو للاعلان عن هذه المنتجات كأن يتم قص العلامة التجارية المزورة معلوماتياً وإعادة

---

(1) ولقد استقر القضاء الأردني على التعبير عن هذا الركن من خلال التأكيد على وجوب أن يتم استعمال الوثيقة المزورة بطريقة يقصد منها الوصول إلى تحقيق الغرض الذي استخدم فيه المحرر المزور، انظر لتأكد من هذا قرار تمييز جزاء رقم 1971/24 فصل 1971/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1971 عدد 1 ص 995 والذي جاء فيه "أن الاستعمال لوثيقة مزورة المعاقب عليه هو الاستعمال الذي يقصد منه الوصول إلى الغرض الذي استخدم فيه المحرر المزور".

لصقها على صفحة من صفحات موقعة الالكتروني لدلالة على أنه يروج او يسوق المنتجات التي تحمل هذه العلامة.

والمهم بالنسبة لفعل الاستعمال ان يقوم المزور بإظهار العلامة التجارية المزورة وعرضها على الجمهور سواء كان ذلك بصورة مباشرة أو غير مباشرة وفقاً لما بيناه قبل قليل، وبالتالي لو قام شخص بقص العلامة التجارية المنوي استعمالها استعمالاً باطلاً ولكنه لظرف أو لآخر لم يقم بإظهار هذه العلامة أو اعلانها للجمهور فعندئذ لا نستطيع القول بأن هذا الشخص قد ارتكب جريمة تزوير معلوماتي للعلامة التجارية وذلك لإنتفاء جسم هذه الجريمة ألا وهو العلامة المزورة معلوماتياً والمقدمة والمبرزة للجمهور على أنها صحيحة على الرغم من انها باطلة ومزورة.

وطبقاً لما تقدم يتبين لنا أن اساس قيام جريمة استعمال العلامة المزورة معلوماتياً هو ابرازها واعلانها للجمهور واستعمالها والاحتجاج بها على اعتبار أنها مملوكة ممن يحتج بها على خلاف الحقيقة وطمعاً في الاستفادة منها استفادة مادية معينة، ولهذا نرى أن بعض المحاكم حكمت بما معناه ان مجرد حيازة المحرر المزور لا يعد بمثابة استعمال له حتى ولو أقر هذا الحائز بوجود هذا المحرر او تم ضبطه عنده[1].

وحتى تكون جريمة استعمال العلامة التجارية المزورة ثابتة يجب أن ينصب استعمالها على الجزء المزور منها فقط[2]، ففي الفرض الذي يكون فيه فعل التزوير

---

(1) د. محمود نجيب حسني، المرجع السابق، ص311 ود. عوض محمد، المرجع السابق، ص 329 د. فوزية عبد الستار، المرجع السابق، ص 329 وكذلك انظر بنفس المعنى د. عبد الفتاح بيومي، المرجع السابق، ص 263.

(2) ولقد جرى العمل القضائي على تأكيد هذا المعنى بالتأكيد على ان ثبوت استعمال وثيقة مزورة يستلزم ان تكون الوثيقة ابتداءً مزورة، انظر في هذا المعنى قرار تمييز جزاء رقم 1986/162 فصل 1986/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الاردنيين لسنة 1989 عدد 3 ص 320 والذي جاء في فقرته الأولى "1- ان ثبوت استعمال وثيقة مزورة يستلزم بداهة ثبوت ان هذه الوثيقة مزورة ابتداء. وثبوت التزوير في وثيقة رسمية يستلزم من المحكمة التدليل على مواضع التحريف في المحرر الرسمي والبينات التي وقع عليها التحريف ووسائله وكيفية وقوعه واثاره بالنسبة لحجية المحرر تحديدا لاوجه الضرر كعناصر يجب توافرها في جريمة التزوير ولا تقوم بدونها حسب تعريف الجريمة الوارد في المادة (260) من قانون العقوبات.

وارداً على جزء من العلامة التجارية وليس عليها كلها، فلا تثبت هذه الجريمة حتى ولو تم استعمال هذه العلامة إلا إذا كان هذا الاستعمال وارداً ومحصوراً في ذلك الجزءالمزور فقط، أما إذا كان التزوير وارداً على مجمل العلامة وليس الجزء المزور منها فعندئذ لا وجود لجريمة استعمال علامة تجارية مزورة سواء كان هذا التزوير تزويراً تقليدياً ام تزويراً معلوماتياً.

ثانياً: الركن المعنوي

ويتمثل في قصد الاحتيال لدى مستعمل العلامة المزورة معلوماتياً بمعنى أن يكون لدى هذا الاخير النية والعلم بانه يستعمل علامة تجارية ليست له أولاً وأنها مزورة ثانياً وانه يستعملها استعمالاً باطلاً لا يقره القانون ثالثاً، وأن هذا الاستعمال من شأنه ان يضلل الجمهور والمستهلكين رابعاً[1].

هذه أركان قيام العنصر المعنوي لجريمة استعمال العلامة التجارية والتي يستطيع المزور دفع الاتهام عنه إذا ما فند أو نفى عن نفسه واحدة من هذه الأركان الأربعة كأن يتمسك بأن استعماله للعلامة المزورة معلوماتياً لم يؤدي إلى تضليل الجمهور والمستهلكين فإذا ما نجح في ذلك انتفت هذه الجريمة عنه.

---

(1) انظر هذه الأركان في ما استقر عليه القضاء الأردني، انظر في هذا الصدد قرار تمييز جنائي رقم 1967/6 فصل 1967/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1967 عدد1 ص 680 والذي جاء فيه " لجريمة استعمال المحررات المزورة ثلاثة اركان هي: الأول: فعل الاستعمال. الثاني: أن يكون المحرر المستعمل مزورا. الثالث: أن يكون الجاني عالما بهذا التزوير. وإذا لم تتوافر هذه الأركان فلا مسؤولية ولا عقاب. استقر الفقه والقضاء على ان الاستعمال المعاقب عليه هو دفع الورقة المزورة في الغرض الذي وضعت لاجله، ولا يعد، استعمالا لها تقديمها والاحتجاج بها لغير الغرض الذي وقع التزوير لاجله. لان استعمال المتهم لرخصه أضيفت اليها عبارة (بالجملة ومال قبان) بعد عبارة (تاجر أقمشة بالمفرق) الواردة في الرخصة، لا يكون هذا الاستعمال للغرض الذي جرى التزوير من أجله وهو إثبات انه تاجر مال قبان بالجملة ولا يعد استعمالا لورقه مزوره، ولا يكون المتهم مسؤولا عن التهمه لعدم توافر احد اركان جريمة الاستعمال المعاقب عليه.

وبعد استعراضنا لأركان جريمة استعمال العلامة التجارية وتزوير العلامة التجارية يظهر لنا أن بينهما فروق هي نفسها الفروق التي بين جريمة التزوير بشكل عام واستعمال المزور والمتمثلة وفقاً لما استقر عليه القضاء الأردني في ما يلي:

1- أن جريمة التزوير (تزوير العلامة التجارية) جريمة وقتية بينما جريمة استعمال مزور (استعمال علامة تجارية مزورة).

2- أن تقادم جريمة استعمال علامة تجارية مزورة يختلف بالضرورة كونها من الجرائم المستمرة عن تقادم جريمة تزوير العلامة التجارية المسجلة كونها جريمة وقتية.

3- أن العقوبة المقررة لجريمة التزوير (تزوير العلامة التجارية) تختلف عن العقوبة المقررة عن جريمة استعمال مزور (استعمال العلامة التجارية مزورة).

4- ان جريمة استعمال علامة تجارية يفترض بداهة أن تكون العلامة المستعملة مزورة فإذا كانت العلامة غير مزورة وفقاً لشروط واركان جريمة التزوير فإن هذا ينفي قيام جريمة استعمال العلامة التجارية المزورة وبالتالي لا عقاب على ذلك[1].

---

(1) انظر هذه الفروق وفقاً للإجتهاد القضائي الأردني في كل من قرار تمييز جزاء رقم 1994/356 فصل 1994/9/29 منشور في نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1995 عدد1 ص 1472 والذي جاء فيه " 1- يختلف جرم التزوير في طبيعته عن جرم استعمال المزور فالأول من الجرائم الوقتية والثاني من الجرائم المستمرة في اغلب حالاته مما يؤدي الى اختلاف سريان التقادم بالنسبة لهما ، وقرار تمييز جزاء رقم 1999/157 فصل 1999/4/29 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1999 عدد 12 ص 4125 والذي جاء فس فقرته الثانية " 2- تعتبر جريمة التزوير وجريمة استعمال مزور جريمتين منفصلتين ومستقلتين عن بعضهما ولكل منهما اركان خاصة وعقاب خاص الا إذا كان المزور هو الذي استعمل الورقة التي زورها فان الاستعمال في هذه الحالة يندمج مع التزوير ولا ينظر اليه كجريمة مستقلة إذ أن استعمال المزور هو نتيجة لتزويرها ولا يكون الفعلان إلا تنفيذ القصد جنائي واحد ، وحيث أن المادة (291/1) من قانون اصول المحاكمات الجزائية حددت أسباب النقض بأمر خطي بمخالفة القانون او صدور حكم أو قرار في الدعوى مخالف للقانون، كما لو كانت البينات التي استندت أليها محكمة الموضوع لا تؤدي إلى النتيجة التي انتهت إليها المحكمة، مما يدخل في مفهوم مخالفة القانون ويسمح لمحكمة التمييز بالرقابة على محكمة الموضوع في وزنها للبينة واستخلاص النتيجة منها وحيث أن النتيجة التي توصلت إليها المحكمة في حكمها المميز =

العقوبة المقررة على جريمة استعمال العلامة المزورة:

سبق لنا القول بأن جريمة استعمال العلامة التجارية المزورة استعمالاً باطلاً نصت عليها المادة 3 من قانون علامات البضائع، وقررت العقوبة عليها أيضاً المتمثلة في الحبس مدة لا تزيد عن سنة واحدة أو غرامة لا تزيد على مائة دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين[1].

وحيث ان نص المادة 3 ـ كما قلنا ـ مطاطي يشمل كافة اشكال وطرق الاستعمال الباطل للعلامة التجارية فان ذلك يؤدي إلى اشتماله للاستعمال الباطل للعلامة المزورة معلوماتياً، وان كنا نفضل لو ان مشرعنا يعدل هذا القانون بما ينسجم مع التغيرات والتطورات التي طرأت على كافة مناحي الحياة بما فيها الحياة التجارية بكافة عناصرها والتي منها العلامات التجارية.

كما كنا نتمنى أيضاً لو أن مشرعنا يقوم بتغليظ العقوبة على جرائم العلامات التجارية عموماً وجريمة الاستعمال الباطل خصوصاً نظراً للقيمة التي تمثلها العلامة التجارية وللوظيفة التي تقوم بها سواء على مستوى المشروع التجاري او الاقتصادي الذي يحمل هذه العلامة او على مستوى المستهلكين والثقة التي تزرعها العلامات التجارية في نفوسهم فتجعلهم يقبلون ـ دون تبصرة وتمعن ـ على شراء واقتناء المنتجات معتقدين بانها أصلية فيتفاجوا بانها على خلاف ذلك.

ليست سائغة وصحيحة في ضوء البينات التي اعتمدتها وهى تجريم المميز بجنايتى التزوير واستعمال المزور مخالفة للقانون ويكون قرارها مستوجب النقض.

(1) انظر في استقرار العمل القضائي الأردني على هذه العقوبة، تمييز جزاء رقم 1985/178 فصل 1985/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1987 عدد 3 ص 347 والذي جاء في فقرته الثانية " 2- ان الحكم بتجريم المميز بجناية التدخل التبعي بجريمة تزوير السند الرسمي وبجناية استعمال هذا السند وهو يعلم بانه مزور ومعاقبته على الجريمة الثانية بالاشغال الشاقة مدة ثلاث سنوات وتنفيذ العقوبة الاشد وهي ثلاث سنوات يكون متفقا واحكام القانون، وكذلك قرار تمييز جزاء رقم 1985/140 فصل 1985/1/1 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1986 عدد 3 ص 1070 والذي جاء فيه " 2- ان الحكم بتجريم المتهم بجناية استعمال سند رسمي مزور وهو يعلم بتزويره ومعاقبته بالاشغال الشاقة مدة ثلاث سنوات ومن ثم تخفيض هذه العقوبة الى الحبس سنة واحدة عملا بالفقرة الرابعة من المادة (99) من قانون العقوبات يكون متفقا واحكام القانون".

المراجع

أولاً: المراجع العربية

- المستشار أحمد نشأت: رسالة الإثبات، الجزء الأول، دار الجيب، عمان 1996.
- اسامة المناعسة وجلال الزعبي وصايل الهواوشة: جرائم الحاسب الآلي والانترنت، مكتبة وائل 2001.
- د. أحمد حسام طه: الجرائم الناشئة عن استخدام الحاسب الالي، دار النهضة العربية، القاهرة 2000.
- القاضي أنطوان الناشف: الاعلانات والعلامات التجارية، مكتبة الحلبي بيروت 1999
- د. جلال ثروت: قانون العقوبات، القسم الخاص، الجزء الثاني، مكتبة مكاوي، بيروت 1979.
- د. جميل عبد الباقي الصغير: الجرائم الناشئة عن التطور التكنولوجي، ورقة عمل، عمان، 1999.
- د. حسام الدين عبد الغني الصغير: الترخيص باستعمال العلامة التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة 1993. مكافحة جرائم التعدي على حقوق مالك العلامة التجارية، بحث مقدم لندورة الويبو ـ المغرب ـ 7و8 /2004/1.
- حسن الفكهاني وعبد المنعم حسني: الموسوعة الذهبية، الإصدار المدني، الجزء السابع.
- د.حسن كيره: المدخل إلى علم القانون، الطبعة الخامسة، بدون تاريخ نشر وبدون اسم دار النشر.
- د.حسين فتحي: حدود مشروعية الاعلانات التجارية لحماية المتجر والمستهلك، دار النهضة العربية ـ بدون تاريخ للنشر.
- د. رمسيس بهنام: الجرائم المضرة بالمصلحة العامة، منشأة المعارف بالاسكندرية، 1986.
- المحامية ربا القليوبي: الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان سنة 1999.

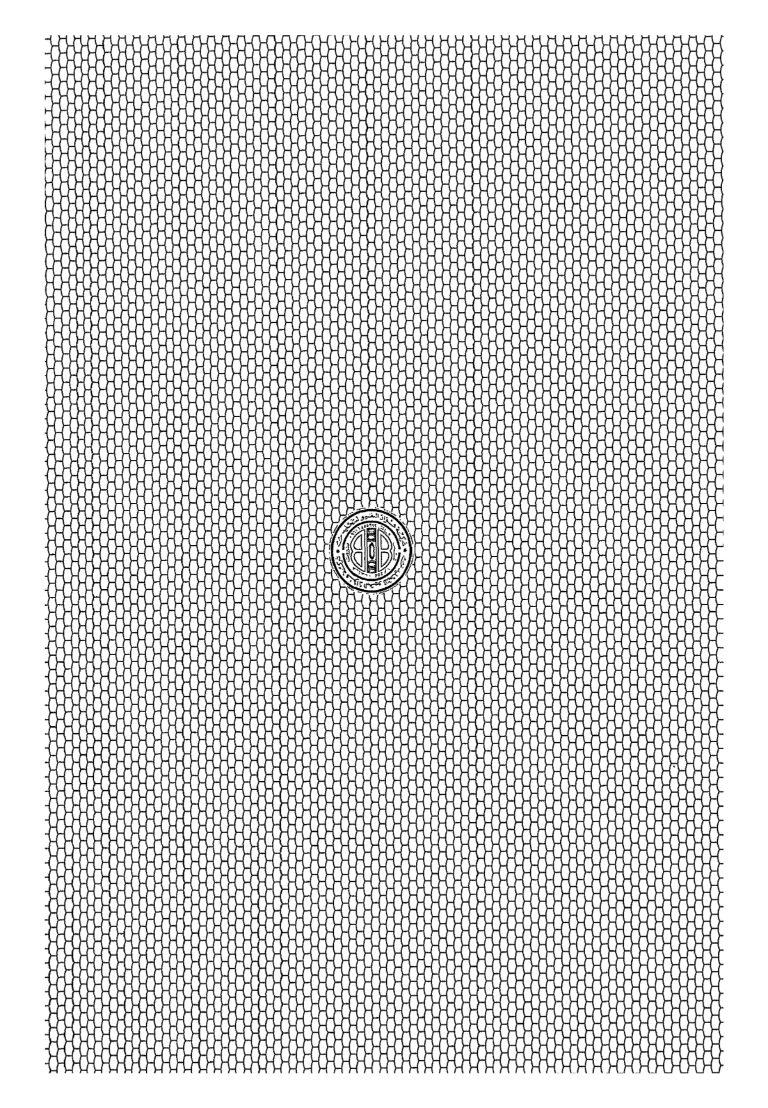
- المحامي سامر الطراونة: مدخل إلى الملكية الفكرية، ورقة عمل مقدمة في ندوة الويبو الوطنية حول الملكية الفكرية، البحرين، 9 ـ 2005/4/10.
- سامي الشوا: ثورة المعلومات وإنعكاساتها، دار النهضة العربية، 1994.
- د. سعيد محمود عرفة: الحاسب الإلكتروني ونظم المعلومات الإدارية والمحاسبية، دار النهضة العربية، بدون تاريخ.
- د. سمير الشرقاوي: القانون التجاري، الجزء الأول، دار النهضة العربية بدون تاريخ للنشر.
- د. سميحة القليوبي: الملكية الصناعية، بدون تاريخ للنشر، دار النهضة العربية. تأجير المحل التجاري، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية.
- د. صلاح زين الدين: الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان 2000. العلامة التجارية في القانون الأردني والمصري، عمان 1993.
- د. صلاح الدين الناهي: الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار الفرقان، عمان 1982.
- د. عامر محمود الكسواني: القانون الواجب التطبيق على مسائل الملكية الفكرية، رسالة دكتوراه، 2001. التجارة عبر الحاسوب، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان 2008.
- د. عباس الصراف ود. جورج حزبون بالاشتراك: المدخل إلى علم القانون، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان 2004.
- د. عبد الحكيم فودة: جرائم الغش التجاري والصناعي، منشأة المعارف بالاسكندرية 1996.
- عبد العزيز اليوسف: التقنية في الجرائم المستحدثة، بحث ضمن منشورات اكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية عام 1999.
- د. عبد الحميد الشواربي: التزوير والتزييف، منشاة المعارف بالاسكندرية سنة 2000.
- د. عبد المجيد الحفناوي: تاريخ النظم الاجتماعية والقانونية، منشاة المعارف بالاسكندرية، 1987.

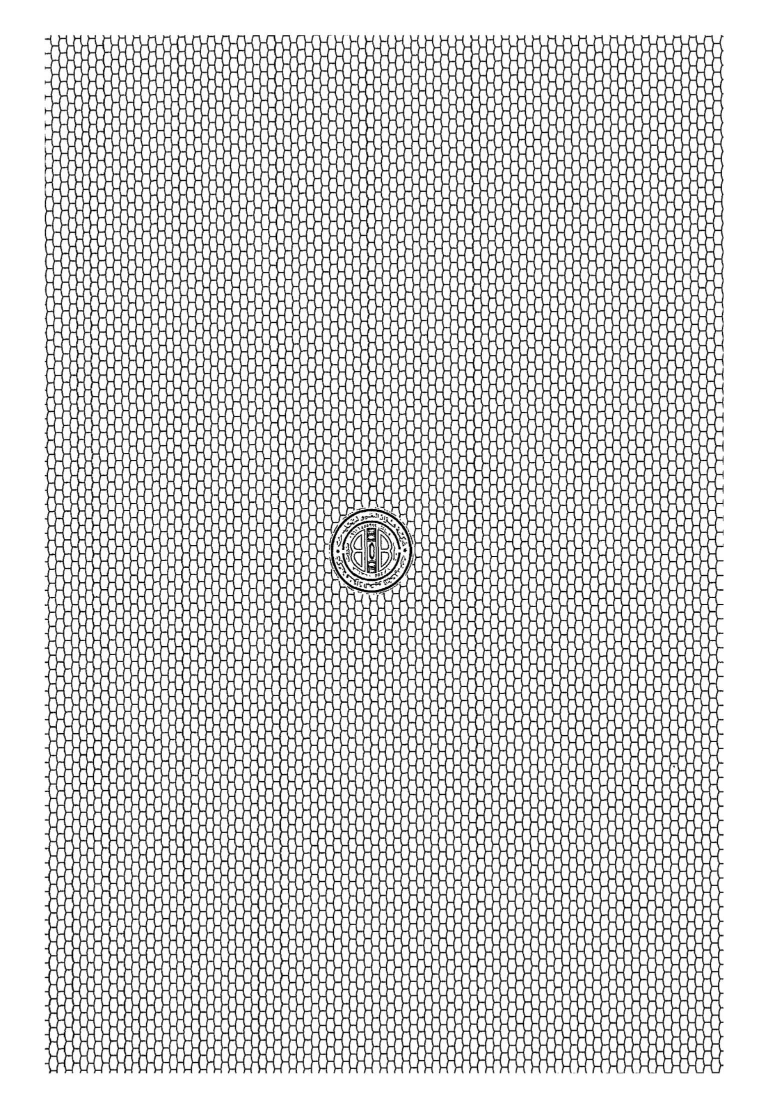
- د.عبد الفتاح بيومي: الدليل الجنائي للتزوير في جرائم الكمبيوتر والانترنت، دار الكتب القانونية، سنة 2002.
- د. علي القهوجي: الحماية الجنائية للبيانات المعالجة إلكترونياً، بحث مقدم لمؤتمر القانون والكمبيوتر والانترنت.
- د. عوض محمد: الجرائم المضرة بالمصلحة العامة، دار المطبوعات الجامعية ـ الاسكندرية 1985.
- د.فوزية عبد الستار: شرح قانون العقوبات،القسم الخاص، دار النهضة العربية سنة 1988.
- أ.قاسم محمد صالح: دور التصميم الصناعي في الصناعة الحديثة، مجلة اليرموك، عدد38، سنة 1992.
- الرائد كمال أحمد الكركي: النواحي الفنية لإساءة استخدام الكمبيوتر، ورقة عمل مقدمة لندوة الجرائم الناجمة عن التطور التكنولوجي، عمان 1999.
- د. لورنس عبيدات: إثبات المحرر الالكتروني، رسالة دكتوراه، دار الثقافة للنشر والتوزيع عمان، 2005.
- د. محمد حسام لطفي: الإطار القانوني للمعاملات الالكترونية ، دار النهضة العربية القاهرة 2002.
- د. محمد حسن اسماعيل: رعايا القانون النموذجي العربي بشأن العلامات التجارية لعام 1975 مجلة نقابة المحامين الاردنيين، عدد 13 سنة 1982.
- د. محمد حسني عباس: الملكية الصناعية والتجارية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، القاهرة 1971.
- المحامي محمد خلاد: المبادئ القانونية لمحكمة العدل العليا، ج2، عمان.
- محمد خريسات: دور العلامات التجارية في التنمية الاقتصادية، مجلة حماية الملكية الفكرية، عدد 27 لسنة 1990.
- د.محمد زكي أبو عامر: قانون العقوبات ـ القسم الخاص ـ الدار الجامعية، لبنان سنة 1989.

- د. محمـد فـواز المطالقـة: عقـود التجـارة الالكترونيـة، دار الثقافـة للنـشر والتوزيع، عمان 2006.
- د.محسن شـفيق: الوسـيط في القـانون التجـاري، الجـزء الأول، دار النهـضة العربية 1949.
- د. محمد نجيب حسني: شـرح قـانون العقوبات، القسم الخـاص، دار النهـضة العربية، القاهرة 1988.
- د. مصطفى العطيات: التجارة الالكترونية الدولية وآثارها على استخدامات العلامة التجارية، رسالة دكتوراه، القاهرة 2008.
- د.مصطفى كمال طه: القانون التجاري، الدار الجامعية، بيروت 1987.
- د.نعيم مغبغب: الماركـات التجاريـة والـصناعية، بـدون دار نـشر، الطبعـة الأولى، بيروت 2005.
- د. هـدى قشقـوش: جرائم الحاسب الالكتروني في التشريع المقارن، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية.
- هـشام رسـتم: جـرائم الحاسـب كـصورة مـن صـور الجـرائم الاقتـصادية المستحدثة، ورقـة عمـل مقدمـة إلى اللجنـة العلميـة لإعـداد التقريـر الـوطني المصري لمؤتمر الأمم المتحدة التاسع لمنع الجريمة ومعاقبة المجرمين، مجلة الدراسات القانونية، جامعة اسيوط عدد 17.
- المحـامي هيثم الكـشة: شـروط وإجـراءات تـسجيل العلامـة التجاريـة وطـرق اكتساب ملكيتها، بحث منشور في محلة نقابة المحامين الأردنيين عدد 7و8 لسنة 1998.
- يونس عرب: جرائم الحاسوب، ورقة عمل، ندوة الجرائم الناجمة عن التطور التكنولوجـي، عمان 1999.

ثانياً: الدوريات والمجلات

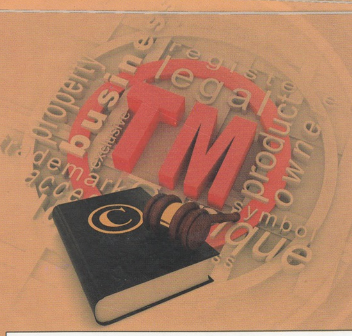
- مجلة نقابة المحامين الأردنيين.
- موقع التشريعات الأردنية.





Information Fraud Of The Trademark

Analytical And Original Study Provided And Supported By Judicial Opinions



Advocate Dr.
A... Al-Kiswani





أسسها خالد محمود جبر حيف عام 1984 عمان - الأردن
Est. Khaled M. Jaber Haif 1984 Amman - Jordan
www.daralthaqafa.com